

CAI RG
-75 P 62



Price Effects

Removal of Federal Sales Tax on Clothing and Footwear

PRICES GROUP



Consumer and Corporate Affairs

Consommation et Corporations

Price Effects

Removal of Federal Sales Tax on Clothing and Footwear

PRICES GROUP



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117094300>

TABLE OF CONTENTS

| | <u>Page No.</u> |
|--|-----------------|
| Introduction | 1 |
| Manner in Which Federal Sales Tax Applied | 1 |
| The Consumer and Corporate Affairs Mandate | 2 |
| Nature of Study | 2 |
| Industry Structure and Cost Environment | 4 |
| Industry Structure | 4 |
| Cost Environment | 5 |
| Material Costs | 5 |
| Labour Costs | 6 |
| Field Survey | 8 |
| Retail Survey Results | 13 |
| Survey Response | 13 |
| General Pricing Practices | 13 |
| Factors Influencing Price Response to Sales Tax Removal | 17 |
| Quantitative Results | 20 |
| Manufacturer/Importer Survey Results | 23 |
| Survey Response | 23 |
| General Pricing Practices | 23 |
| Supply Price Increases Reported by Retailers ... | 26 |
| General Pricing Actions After July 16th | 28 |
| Assessment of Survey Results | 30 |

TABLE OF CONTENTS (cond't)

| | <u>Page No.</u> |
|--|-----------------|
| Consumer Price Index | 33 |
| Price Changes in Tax-affected Clothing and Footwear | 33 |
| The Retail Survey and the CPI | 37 |
| Summary and Conclusions | 39 |
| Acknowledgements | 41 |

LIST OF TABLES

| <u>Table No.</u> | <u>Title</u> | <u>Page</u> |
|------------------|--|-------------|
| 1 | Average Percentage Change in Retail Costs, Profits and Prices by Major Category | 21 |
| 2 | Distribution of Price Reductions by Month | 22 |
| 3 | Contribution to Change in Retail Price | 30 |
| 4 | Comparison of CPI for Tax-affected Items with Other Relevant Indexes | 34 |
| 5 | Consumer Price Indexes for Clothing Items Affected by Tax Removal | 36 |

APPENDICES

| <u>Appendix No.</u> | <u>Title</u> | <u>Page</u> |
|-------------------------|--|-------------|
| I | The Cost Structure for Selected Clothing and Footwear Manufacturers and Retailers | 42 |
| II | Recent Changes in Selected Industry Prices and Estimated Unit Labour Costs | 46 |
| III | List of Clothing and Footwear Survey Items | 51 |

SUMMARY OF MAJOR CONCLUSIONS

The major conclusion emerging from the Department's study described in this report is that Canadian consumers received substantial benefits from the removal of Federal sales tax on clothing and footwear which took effect on July 16, 1974.

The study involved an examination of recent cost increases affecting clothing and footwear prices, a field survey of selected retailers, manufacturers and importers, and an analysis of the Consumer Price Index.

The retail field survey, which measured the initial pricing response by retailers on tax-free clothing and footwear, indicated that retail prices for such merchandise were reduced on average by 5.2 per cent. The full effects of tax removal were partially offset by the higher prices which retailers had to pay for their clothing and footwear merchandise and by the continuing presence of inventories on which tax had been paid.

The analysis of the Consumer Price Index, which included both tax-free and tax-paid merchandise, revealed that by the fourth quarter of 1974 a marked improvement had taken place in the price performance of tax-affected clothing and footwear items. This improvement was demonstrated by the fact that the quarterly rate of price increase for these items in the fourth quarter of 1974 was only half that recorded during the same period in 1973.

In general, consumers benefitted by paying lower prices than they would have paid had the sales tax not been removed. Price reductions occurred on a number of clothing and footwear items and many price increases which would otherwise have been inevitable were avoided.

INTRODUCTION

PRICE EFFECTS: REMOVAL OF FEDERAL SALES TAX ON CLOTHING AND FOOTWEAR

In his budget speech of May 6, 1974, the Minister of Finance, the Honourable John N. Turner, announced the government's intention to remove the 12 per cent Federal Sales Tax on clothing and footwear. A general election was called, however, before this tax change measure could be implemented. Following its re-election, the government reiterated its intention to implement this budgetary proposal. The Minister of Finance subsequently announced that Federal Sales Tax on clothing and footwear would be removed as of July 16, 1974.

The tax removal applied to all adult clothing and footwear, including both imported and domestically manufactured products and to materials for clothing made at home. Since sales tax on children's clothing and footwear had been eliminated in February, 1973, the July 16 action had the effect of removing the 12 per cent Federal Sales Tax on all clothing and footwear sold in Canada.

The budget speech of May 6 pointed out that the tax change measure affecting clothing and footwear was consistent with other measures implemented by the government as part of its anti-inflation strategy "to dampen down the prices of particular products where this is feasible." The Minister of Finance explained that the tax removal was important since clothing and footwear purchases account for a significant proportion of the budgets of most Canadian families. He added that the tax change would affect about \$5 billion in annual family expenditures and that "it will save consumers directly \$280 million in taxes this year."

Manner in Which Federal Sales Tax Applied

The federal sales tax was levied at the manufacturer or importer level. The tax was payable by importers on the duty-paid value of clothing or footwear merchandise landed in Canada. At the manufacturing level, the tax was payable on the manufacturer's selling price less cash discounts and other allowances of this nature. The tax was remitted to the Receiver General by the manufacturer or importer by the end of the month following that in which the clothing or footwear was sold, or by the importer at the time duty was paid on the imported merchandise. In general, the cost of the tax was transmitted by the manufacturer or importer to the wholesaler

or retailer to whom the merchandise was sold. The cost to the retailer, in turn, was passed on to consumers in the retail selling prices for clothing and footwear.

For clothing manufacturers, the 12 per cent tax was levied on the manufacturer's selling price on sales to wholesalers. On direct sales of regular lines of clothing to retailers, the regular selling price for tax purposes could be reduced by 10 per cent in determining the tax payable. The effective rate of tax on the manufacturer's regular selling price in these circumstances was therefore 10.8 per cent.

The Consumer and Corporate Affairs Mandate

In his budget speech, the Minister of Finance expressed the government's expectation that the tax savings resulting from the removal of sales tax on clothing and footwear would be passed on to consumers in the form of lower prices for clothing and footwear products. While expressing confidence that this objective would be generally supported by the business community affected, he stated that the Minister of Consumer and Corporate Affairs would be asked to monitor clothing and footwear prices and to report to him on the monitoring results. The Minister of Consumer and Corporate Affairs undertook this task having in mind the potential benefits which Canadian consumers might derive from this significant tax change.

The nature of the subsequent study undertaken by Consumer and Corporate Affairs is briefly described below. The timing of the study was influenced by the knowledge that there would be an inevitable time-lag before the full impact of the tax change would be realized. There were, for example, tax-paid inventories of clothing and footwear on hand at the time the tax was removed. Earlier experience acquired by the department in assessing the effects of the 1973 tariff reductions and sales tax changes, had clearly indicated that selling prices generally do not immediately respond to changes of this nature. It was therefore decided that the field survey work to be undertaken as part of the study, should await the liquidation of tax-paid stock on hand as of July 16 and its replacement by tax-free stock. For these reasons, survey work did not commence until the late fall of 1974.

Nature of the Study

The study involved an examination and analysis of industry structure and cost environment, a field survey conducted at the retail, manufacturing and importing levels and an analysis of the Consumer Price Index.

The industry structure and cost environment part of the study was undertaken in order to identify any significant cost pressures which might have a bearing on the industry's pricing response to sales tax removal. It involved an examination of industry selling prices and labour costs in recognition of the fact that the response throughout the pricing chain would be influenced by the prices paid by manufacturers for their material and labour inputs.

The field survey was an indispensable part of the study methodology, an undertaking implicit in the study mandate assigned the department. Its principal objective was to determine the selling price response of individual business enterprises at various levels in the production and distribution chain, and to assess the extent to which cost savings resulting from sales tax removal were passed on to consumers. It was important that, in addition to this basic objective, information be obtained to explain why selling prices responded as they did. For this purpose, data were required on tax-paid inventories, increases in supply prices and other cost considerations affecting the selling price response of individual suppliers. It was recognized that the field survey had to be conducted on a sample basis in view of the large number of business enterprises engaged in the production and distribution of clothing and footwear in Canada.

The analysis of the Consumer Price Index was undertaken to provide a broader indication of pricing response to sales tax removal than that provided by the field survey itself. This analysis focused on price movements relating specifically to those components of the index directly affected by the tax removal. Another aspect of this part of the study had to do with relating price movements in the Consumer Price Index with the pricing response as revealed by the field survey.

The study results are presented in the same order as indicated above, namely: Industry Structure and Cost Environment; Field Survey and the Analysis of the Consumer Price Index. This material is followed by the study conclusions.

Industry Structure

Consumer expenditures and employment levels provide convenient measures for assessing the significance of the clothing and footwear trade in Canada. Statistics Canada reports that Canadian consumers spent approximately \$5.7 billion on clothing and footwear products in 1973. This represented 8.2 per cent of total consumer expenditures. As of May, 1974, about 410 thousand Canadians were employed in textile, clothing and footwear manufacturing and in clothing and footwear retailing. This represented about 4.5 per cent of total employment in Canada. Of total retail sales, 80.1 per cent represented the output of domestic manufacturers while the remaining 19.9 per cent was accounted for by imported clothing and footwear products. Clothing sales alone totalled \$4.8 billion and footwear sales \$900 million. Imports represented 18.3 per cent of clothing and 28.7 per cent of footwear sales.

Clothing and footwear manufacturing involves a large number of individual firms. The average size of firm is small with the great majority employing fewer than 50 employees. In footwear, as contrasted with clothing, a number of the larger firms have extensive importing, wholesaling and retail operations. The role of the independent wholesaler is not significant in either clothing or footwear. Manufacturing operations are characterized by product specialization. This is especially true of clothing manufacture with some firms specializing in men's clothing and others in ladies' clothing. Within each category, individual firms may specialize in the manufacture of particular kinds of clothing garments. Specialization is also a feature of footwear manufacture with some firms, for example, specializing in the production of casual footwear.

The most recent census data indicates approximately 2500 clothing manufacturing establishments, 200 footwear manufacturing establishments and 23,000 clothing and footwear retailing establishments. Total clothing and footwear manufacturing sales in 1973 were \$2.3 billion. Of this dollar value, 86 per cent represented sales by clothing manufacturers and 14 per cent sales by footwear manufacturers.

At the retail level, sales by men's and ladies' specialty stores accounted for approximately one-third of total sales in 1973. Their share of the market was overshadowed by that of department and family type stores which accounted for the remaining two thirds. Department stores, whose clothing

and footwear sales in 1973 accounted for 36 per cent of total clothing and footwear sales, exercise a dominant role in the market.

Cost Environment

Increasing costs have been a major factor affecting the supply of clothing and footwear products over the past few years. Material costs have risen sharply since the last half of 1972 and labour costs since the middle of 1973. The impact of rising costs on prices differs among manufacturers and between manufacturers and retailers reflecting the differences in their respective cost structures. These differences in cost structure are shown in Appendix I. The 1972 census data indicate that at the manufacturing level, material costs represent from 50 to 60 per cent of sales value and labour costs from 20 to 25 per cent. At the retail level, the cost of merchandise accounts for approximately 60 per cent of the value of retail sales. Labour costs vary between 10 to 20 per cent. The brief review that follows provides some indication of the cost pressures being experienced by the industry during 1974.

Material Costs

Synthetics are the most important materials used in clothing manufacture.¹ Prices of synthetic fibres, reflecting the higher costs of petroleum derivatives, rose sharply over the period since early 1973. The year-over-year rate of increase in synthetic textile prices advanced from 1.5 per cent in the first quarter of 1973 to 17.2 per cent in the third quarter of 1974. Cotton, the second most important material used in clothing manufacture, also experienced substantial price increases over the same period. Prices weakened somewhat in the third quarter of 1974, but the year-over-year increase in the prices of cotton mill products was still 32.1 per cent. Raw wool was the only major material whose price actually declined, and this decline was also reflected in the prices paid for yarn mill products. The prices of wool cloth, however, continued to rise throughout the period although at a reduced rate. These increased material prices were reflected in higher prices for clothing products at both manufacturing and retail levels. The year-over-year rate of

¹Recent price increases for synthetic textiles and other materials are shown in Appendix II.

increase for men's clothing at the manufacturing level, for example, rose steadily from 4.6 per cent in the first quarter of 1973 to 19.2 per cent in the third quarter of 1974. At the retail level, the year-over-year rate of increase for men's clothing rose from 2.8 per cent to 10.2 per cent over the same period.

Raw materials used by tanneries in manufacturing leather products declined significantly in price throughout 1974. Leather prices, however, continued to increase during the year despite the decline in raw material prices. The year-over-year change in leather prices in the third quarter of 1974 was 4.6 per cent. Notwithstanding the decline in raw material prices and the modest increase which occurred in leather products, footwear prices at the manufacturing level increased sharply throughout the year with a 13.3 per cent year-over-year increase in the third quarter. At the retail level, footwear prices, reflecting increases at the manufacturing level, rose steadily during 1974. The year-over-year increase in the third quarter was 7.9 per cent.

Labour Costs

The clothing and footwear industries, in addition to rising material costs, have also experienced rising labour costs over the past year or more. Rising labour costs in 1974 resulted from increases in wage rates provided by collective agreement, and from increases provided under provincial minimum wage legislation. Major two-year agreements in men's clothing and footwear concluded during the year provided base rate increases of about 17 per cent in the first year and from 15 to 16 per cent in the second year. Minimum wages also moved up sharply with average annual increases in 1974 of 18.1 per cent in Quebec, 15.1 per cent in Ontario and 13.4 per cent in Manitoba.

Estimates of unit labour costs in clothing and footwear are shown in Appendix II. These estimates indicate that unit labour costs in both clothing and footwear manufacture have increased steadily over the period since the first quarter of 1973. In clothing manufacturing, the year-over-year increase is estimated as having risen from 5.7 per cent in the first quarter of 1973 to 12.6 per cent in the third quarter of 1974. Although unit labour costs in footwear manufacturing, excluding rubber footwear, have not increased as steadily as have unit labour costs in clothing manufacturing, they have nevertheless risen sharply over the same period. In the third quarter of 1974, unit labour costs rose an estimated 8.5 per cent from the third quarter of 1973.

Unit labour costs at the retail level are also estimated as having risen sharply over the same period. In apparel and shoe stores, for example, unit labour costs are estimated as having increased at the year-over-year rate of 10.2 per cent in the third quarter of 1974.

FIELD SURVEY

The field survey involved 162 retailers, manufacturers and importers. Each firm was asked to provide data bearing on its selling prices before and after July 16. Questionnaires were used for this purpose and interviews were conducted with senior officials of each participating firm. Survey work was heavily concentrated on the retail side where the sales tax change was expected to have the most noticeable price impact. The retail sample included 113 firms. The manufacturer and importer samples were considerably smaller in size, with 33 firms selected for inclusion in the manufacturing sample and 16 in the importer sample. Both samples were developed in the main from information reported by retailers on supply price increases experienced between the date of last purchase prior to July 16 and the date of first purchase after July 16.

The retail sample was designed to be representative of the retail clothing and footwear trade in Canada with respect to size of firm, trade specialization and geographical coverage. Both small and medium-sized clothing and footwear retailers as well as the large department stores and national chains were represented. An appropriate mix of men's wear retailers, ladies' wear retailers and footwear retailers were selected to reflect specialization within the retail trade. To provide geographical coverage, a representative number of retail firms located in the major urban centers of Halifax, Montreal, Toronto, Winnipeg, Regina, Edmonton and Vancouver were included.

The retail sample included most major department stores in Canada as well as most of the larger clothing and footwear chains. Many of these organizations operate retail outlets throughout Canada. Of the 113 firms included in the sample, 38 or some 33 per cent of the total, were either department stores or national or regional clothing or footwear chains. In 1973, the combined sales of these large retailers accounted for approximately 34 per cent of total clothing and footwear sales in Canada. Of the remaining 75 retailers, 31 firms representative in almost equal numbers of men's wear, ladies' wear and footwear retailers, might be described as local chains in that they operated two or more retail outlets within the urban center in which they were located. The retailing operations of the remaining 44 firms, in contrast, were confined to the one retail outlet. The combined sales of all retail survey participants represented approximately 36 per cent of total clothing and footwear sales in Canada.

The geographical distribution of the retail survey participants was as follows:

| | |
|-----------|----|
| Halifax | 12 |
| Montreal | 22 |
| Toronto | 28 |
| Winnipeg | 14 |
| Regina | 10 |
| Edmonton | 11 |
| Vancouver | 16 |

The distribution indicated for Montreal and Toronto reflects the concentration of head offices of large retail organizations in these two centers. While survey questionnaires were completed by, and interviews conducted with, head office personnel, the information in many cases was provided for a retail outlet in a survey center other than Montreal or Toronto. This was done to ensure a more balanced geographical coverage.

A total of 30 clothing and footwear items were used for survey purposes. They were selected having in mind their weighting in the Consumer Price Index and their overall significance in the expenditure patterns of Canadian consumers. Ten of the 30 items involved men's wear, 13 items involved ladies' wear and five items involved men's and ladies' footwear. The remaining two items represented piece goods to which the sales tax removal also applied. A complete listing of the 30 clothing and footwear survey items is contained in Appendix III.

The questionnaire form used in the retail survey requested general information on the firm's selling price policies, its selling price response to sales tax removal (including the timing and magnitude of price reductions), its reasons, where relevant, as to why selling prices had not been reduced, and its observations on cost and price trends affecting the retail trade. Separate schedules were provided in which retailers were asked to record specific cost and selling price data before and after tax removal for each survey item sold. They were instructed to select, for reporting purposes, the brand selling in the largest volume in each case. Retail firms selling more than 15 survey items were asked to complete one schedule for each item sold and to ensure that the completed schedules as a whole were broadly representative of domestically manufactured brands, imported brands, and private name brands. Retail firms selling 15 items or less, on the other hand, were asked to complete separate schedules where applicable for a domestically manufactured brand, an imported brand and a private brand.

As noted above, the data obtained from the retail survey which also included the name of the supplier for each survey item reported, were used to develop the manufacturer and importer samples. The magnitude of price increases at the supplier level reported by retailers was the principal criterion employed in selecting the samples. A secondary consideration in constructing the manufacturing sample was the need to ensure a balanced representation from among the various kinds of clothing and footwear manufacturers. The manufacturing sample was confined to those firms whose supply prices were reported by retailers as having increased by 5 per cent or more since the date of last purchase prior to July 16. Since the importers' selling price included sales tax, the importer sample included firms whose prices as reported in the retail returns showed little or no price reduction.

Of the 33 firms selected for inclusion in the manufacturing sample, 25 were engaged in clothing manufacture, 6 were engaged in footwear manufacture and two were engaged in the manufacture of piece goods. Of the 25 clothing manufacturers, 13 were selected as suppliers of men's wear and 12 as suppliers of ladies' wear. The footwear sample included four firms which manufactured both men's and ladies' footwear. Three of these four firms are major suppliers of men's footwear to the retail trade. The remaining two firms, both of which specialize in ladies' footwear, were selected to ensure a more balanced footwear sample.

Application of the selection criteria resulted in the identification of only 7 importers. An additional 9 known clothing and footwear importers whose names did not show up in the retail data, were added to produce a total sample of 16 importers. These additions were necessary to ensure that cost and selling price data were obtained on the import side for all survey items.

The manufacturer and importer survey had two basic objectives, to determine whether the supply price increases as reported by retailers had in fact taken place after July 16, and where this was so, to obtain an explanation concerning the reasons for the increase in each case, and to determine whether manufacturers' and importers' selling prices in general had increased following the removal of sales tax.

In relation to the first objective, each manufacturer and importer was asked to comment on the specific price increase indicated by the retail survey returns and to provide detailed

cost and selling price data both before and after July 16 where the price had been increased after this date. Manufacturers were asked to report data for each of the major selling price components of the "named" product as of the date of the last price adjustment prior to July 16 and similar data on selling price components as of the most recent date. The components on which data were requested included direct material, direct labour, factory overhead, selling and administrative expenses, financial charges and profit. Importers in turn were asked to complete a schedule with respect to the "named" product in which relevant cost and price data for before and after July 16 were to be recorded. The schedule used for this purpose was similar to that used in the retail field survey.

In accordance with the second objective, each firm was asked to report any price increase implemented after July 16 on any of the sample items surveyed at the retail level. The specific questions asked were somewhat differently expressed as between manufacturers and importers. Manufacturers were asked to report on any increases in the "tax-excluded" selling price and importers to report on "selling price" reductions. In the former case, the phrasing of the question recognized that selling price for most manufacturers did not include sales tax which normally appeared as a separate cost item on the manufacturer's invoice. The selling price of importers, on the other hand, invariably included sales tax.

Where prices were increased after July 16, manufacturers were asked to provide detailed information on the amount of the increase for the largest selling product for each of the various survey items manufactured, the date of the price increase, and where cost increases were a factor, the size of the cost increase in percentage terms for each major cost component. Importers were asked to report on price reductions and to provide explanations as to why selling prices had not been reduced where applicable. They were also asked to provide specific cost and selling price data before and after July 16 for all survey items handled.

The interviews with participating firms were conducted in the main by retired business executives who are voluntary members of the Canadian Executive Services Overseas Organization or C.E.S.O. The interviews were designed to ensure that the data recorded by firms in the survey forms prior to the interview were as complete as possible and corresponded with invoices and other related documents. Survey methodology, including the questionnaires and schedules, were reviewed with officials of selected retailers, manufacturers and importers

in Montreal and Toronto before the survey work was formally launched. A number of changes were made in the questionnaires as a result of comments and suggestions received from the firms involved. This "testing" exercise was carried out by the Department's Prices Group with assistance from the CESO interview group.

RETAIL SURVEY RESULTS

Survey Response

Completed questionnaires were received from all but three of the 113 retailers included in the survey sample. In the majority of cases, the returns indicated that considerable effort had been spent in their preparation. In addition to providing a clear indication of pricing response to sales tax removal, many retailers submitted extensive explanatory comments on their operating costs, mark-up practices, inventories, sales volumes and cost and price trends affecting the retail trade. Extensive documentation in the form of annual reports, financial statements and retail price lists as well as copies of invoices and internal memoranda bearing on the retailer's response to sales tax removal, were also received. Information of this nature was submitted by some of the smaller as well as many of the larger retail organizations.

Some retail organizations experienced difficulty in providing all of the data requested on specific items. This was not entirely unexpected having in mind the small size and specialized nature of many retail operations. Some of the smaller organizations did not maintain the kind of records that would permit provision of all the detailed data requested. Again, usable cost and selling price data for the period before and after July 16, were not available for some fashion garments. This was particularly true with respect to ladies' fashion garments. Pre- and post-July 16 meaningful price comparisons were not possible since fashion garments purchased for the 1974 fall season were markedly different from those purchased for the previous fall season.

Apart from those associated with fashion garments, the data deficiencies were partly overcome through subsequent follow-up action. In any event, these deficiencies were not of serious consequence to the survey results as a whole. Most of the data submitted were acceptable for analytical purposes and this was particularly true of department and national chain stores whose sales as already indicated, represented approximately 34 per cent of total clothing and footwear sales in Canada.

General Pricing Practices

The general practices followed by retailers in establishing the retail selling prices of clothing and footwear merchandise are briefly described in this section. The des-

scription is based on information supplied by survey participants. Since it is expressed in general terms, it may not fully reflect the selling price practices followed by individual retailers. No significant differences in pricing practices were found to exist between clothing and footwear retailers.

In establishing selling prices, most retailers customarily take into account both projected sales volumes and the gross profit dollars arising therefrom which are necessary to cover their costs and to realize their desired return on investment. Significant cost elements include selling, administrative and other overhead expenses as well as the prices paid suppliers for clothing and footwear merchandise. Gross profit objectives are achieved through the mark-up mechanism. Average mark-ups are established and applied either uniformly to all clothing and footwear merchandise or with variations among the various clothing and footwear lines involved or even among items of the same line.

Mark-ups, which are normally expressed in percentage terms, may be calculated in a variety of ways. They may be calculated as a percentage of the supply or cost price only, as a percentage of cost price plus transportation and warehousing charges, or during the pre-July 16 period, as a percentage of the cost price plus federal sales tax and other charges. The survey results indicated that mark-up calculated as a percentage of cost price and federal sales tax was common practice. Mark-ups may also be referred to as mark-ons. The two terms, mark-up or mark-on, are used interchangeably within the retail trade. An item which cost \$25.00, for example, is priced to sell at \$50.00. The mark-up in this example is \$25.00, 100 per cent of cost or 50 per cent of the retail selling price. Less frequently, a fixed dollar amount may be added to the percentage mark-up. A garment supplied at \$10.00, for example, would retail at \$21.00 assuming a 100 per cent mark-up and a fixed add-on of one dollar. The choice of a particular mark-up or mark-on formula hinges on several factors including net profit objectives, projected sales volumes, the cost base for mark-up purposes and the historical practices within the retail trade.

Mark-ups or mark-ons, it should be noted, are established in many cases having in mind the likelihood that selling prices on particular lines of merchandise may have to be substantially reduced at a later date. Mark-downs or special

sales promotions to clear out slow-moving stocks, are standard practice within the trade. Fashion garments, where consumer demand may have been difficult to forecast, are particularly vulnerable in this regard. Selling price reductions obviously involve the realization of lower gross profits than the initial mark-ups might suggest. As already noted, mark-ups may vary in percentage amount both between and within the various clothing and footwear lines carried. They reflect in part the retailer's assessment of the risks involved in selling the merchandise. As might be expected, they tend to be higher on low volume fashion or seasonal items and lower on high volume staple items.

Mark-ups on individual items are frequently adjusted so as to accommodate "pricing points" which are a characteristic of the retail trade. Pricing points avoid the multiplicity of selling prices that would result if the retailer's average mark-up percentage were to be applied to his cost for each item of merchandise sold. The practice, which is essentially the rounding-off of odd prices, permits merchandise to be sold at prices which are normally more convenient both for the retailer and for his customers. The following example will illustrate the manner in which the "pricing point" practice is applied. The application of the mark-up percentage on a given merchandise item produces a price of \$2.15. If the retailer's pricing points were \$2.00 and \$2.25, the calculated price of \$2.15 would be increased to \$2.25, the retailer's nearest pricing point. The calculated price of \$2.15 would be reduced to \$2.00, on the other hand, if his pricing points were set at \$2.00 and \$2.50. Retailers, in explaining the practice, pointed out that from a consumer viewpoint, the higher prices which the practice produces on some items are counter-balanced by lower selling prices on others.

In addition to mark-up and pricing point practices, retail selling prices are sometimes the result of the retailer following the retail prices suggested by the supplier. This is more likely to occur with nationally advertised brands. The suggested retail price provides the retailer with a pre-calculated mark-up. Suggested retail prices are often supported by the device of pre-ticketing through which the suggested retail price is printed by the manufacturer on the merchandise package or sales tag.

Another matter bearing on retail selling price practices which has significance in the context of this report, concerns inventories. Where substantial inventories are involved, selling prices do not normally reflect changes in

the supplier's price until stock purchased at the new price is in "balance" with that purchased at the old price. This practice was frequently mentioned by survey participants. The question of inventories and their significance in relation to sales tax removal is discussed at greater length in the next section.

No description of retail selling price practices would be complete without reference to competition. According to many survey participants, competitive forces within the local market area are the over-riding consideration. The survey returns of the smaller independent retailers indicated that their selling prices were largely determined by the prices charged by their competitors. The large retail outlets whose influence is of major importance, in effect, act as price leaders with the smaller retailers assuming the role of price followers. Large retailers, while they may on occasion and in particular localities, respond to price competition from smaller retailers, are primarily influenced by the pricing actions of other large retailers within the same market area. Many of the larger chains including the department stores, explicitly vest authority in the local store manager to adjust prices to meet local competition.

Factors Influencing Price Response to Sales Tax Removal

Retailers were asked to describe in general terms the pricing actions which they had taken in response to sales tax removal. Specific questions had to do with the general timing of price reductions including pricing actions respecting both tax-paid and tax-free merchandise, and with the reasons why prices had not been reduced where applicable. Survey participants mentioned several factors which affected their pricing response. These included increases in suppliers' prices, the expressed desire to maintain dollar margins, the problems associated with tax-paid inventories, competitors' pricing actions, and manufacturers' suggested retail prices.

Increased cost for merchandise purchased after July 16 was a recurring theme in the survey returns. For many retailers, the reduction in unit costs¹ that would have resulted from tax removal was either completely or partially offset for many items by price increases implemented by suppliers. This is not to suggest that all supply price increases referred to by retailers were actually implemented by suppliers after tax removal. In many cases, they occurred some months earlier. This matter is more fully discussed in the section on "Manufacturer/Importer Survey Returns". Suffice it to say at this point, that supply price increases offset to some degree the beneficial effects of the sales tax change.

Another factor stated as having an effect on pricing response was the expressed desire to maintain or even increase gross dollar profit margins in order to meet increasing overhead and selling costs and to maintain net dollar profits. Sales revenue objectives, as already indicated, are normally achieved by applying a mark-up percentage to the cost of goods. This mark-up mechanism generates the gross dollar profits necessary to cover costs and to provide a net profit. Prior to July 16, sales tax was generally treated as part of the cost to which the mark-up was applied. Many survey participants stated that, because of the need to maintain gross dollar profits at their pre-July 16 levels, price reductions must necessarily be confined to the dollar amount of the tax. Any greater reduction, they pointed out, would seriously erode the overall sales revenues necessary to ensure a viable business operation.

¹Unit costs in this context refer to suppliers' price, sales tax and other charges such as transportation. They do not include overhead or selling costs.

The need expressed by retailers to maintain gross dollar profits at their pre-July 16 level has an important bearing on the size of the retail price reduction that might have been expected to result from the removal of the tax. The reduction that might have been expected if gross dollar profits were to be maintained, would be 5.4 per cent assuming a pre-tax-removal mark-up of 100 per cent. The following example illustrates:

| | <u>Before Tax Removal</u> | <u>After Tax Removal</u> |
|--|---------------------------|--------------------------|
| Estimated Gross Profit needed to cover overhead, selling and administrative expenses as well as desired net profit | \$112.00 | \$112.00 |
| Manufacturers' selling Price | 100.00 | 100.00 |
| Federal Sales Tax | <u>12.00</u> | <u>0</u> |
| Retail Price | <u>\$224.00</u> | <u>\$212.00</u> |

It can be seen from the above example that if gross dollar profits are to be maintained at their pre-tax removal level, the retail price can be reduced by no more than the dollar amount of the tax. In this example, the price reduction on the pre-tax-removal price of \$224.00 was \$12.00 or approximately 5.4 per cent.

The 12 per cent tax rate and the 100 per cent mark-up used in the example were chosen for illustrative purposes. As earlier indicated, the effective tax rate on manufacturers' clothing sales made directly to retailers was 10.8 per cent. It is estimated that the 10.8 per cent rate applied to about two-thirds of all clothing and footwear items sold in Canada and the 12 per cent rate to one-third. This implies that the average tax rate for all items was 11.2 per cent. Because this average rate is somewhat less than the 12 per cent rate used in the example, the corresponding average reduction in retail prices would be 5.0 per cent rather than 5.4 per cent. In addition, mark-ups in actual practice may be somewhat higher or lower than the 100 per cent mark-up used in the example. Retail price reductions would be somewhat less than 5.0 per cent if the average mark-up were greater than 100 per cent, and somewhat more than 5 per cent if the average mark-up were lower than 100 per cent.

Tax-paid inventories held by retailers at the time the tax change was implemented were mentioned earlier as having a major bearing on the timing of selling price reductions. Inventories were frequently mentioned in the survey returns as the reason why all prices were not reduced immediately after July 16. The significance of tax-paid inventories varied between retailers. In some cases, tax-paid inventories were only significant in relation to particular items. In other cases however, a good part of the retailer's fall merchandise comprised tax-paid stock. Several different approaches were taken by retailers in pricing their tax-paid inventories.

First, some retailers simply waited until the normal stock turnover period had elapsed before effecting price reductions. With normal stock turnover periods of three to four months, this meant that selling prices were not reduced until late October or November at the earliest. Secondly, many retailers adopted the position that selling price reductions could not be initiated until balance had been achieved between tax-paid and tax-free stock. Selling price response in these cases depended upon the point in time at which inventory balance had been achieved. For many retailers, this point was not reached until the late fall months. In some cases, neither normal turnover nor inventory balance had been achieved at the time the survey was conducted. Lastly, a small number of retailers took immediate action to reduce selling prices on tax-paid merchandise.

Quantitative Results

The questionnaire forms were designed to provide general information on the retailers' pricing response to tax removal and the separate schedules to provide representative examples of that pricing response. The former produced general information on both tax-paid and tax-free clothing and footwear merchandise and the latter specific cost and selling price data before and after sales tax removal on survey items purchased from suppliers after July 16. The cost and selling price data obtained from the schedules, which reflected tax-free merchandise in all cases, were quantified so as to provide an aggregate measure of initial pricing response on the part of all survey participants. These data related specifically to the retailers' first purchase of the particular survey item involved following the removal of tax. The schedules also indicated the dates on which price changes took effect with respect to the individual clothing and footwear items reported.

The quantitative analysis involved the use of 1,023 schedules supplied by 95 of the 113 survey participants.¹ Percentage changes in selling price, unit cost, supply price and other charges² were calculated from the data provided for each item before and after tax removal. The percentage changes for each of the foregoing were then averaged for major categories separately and for all items combined. In addition, gross dollar profits per unit were calculated from the price and cost data provided for both before and after July 16 for each item. As with costs and selling prices, percentage changes were calculated for each major category separately and for all items combined. The results of these calculations are shown in the following table.

¹About 90 per cent of survey participants had reported by December 15th. By this date, the quantitative analysis had reached the stage where the inclusion of the small number of remaining returns would have unduly delayed the completion of this work.

²Other charges included transportation, mailing and warehousing costs.

TABLE 1

AVERAGE PERCENTAGE CHANGE IN RETAIL COSTS, PROFITS AND
PRICES BY MAJOR CATEGORY¹

| | Major Category | | | | |
|----------------------|----------------|------------------|----------|-------------|-------|
| | Men's Clothing | Women's Clothing | Footwear | Piece Goods | Total |
| Supply Prices | 3.5 | 2.8 | 4.2 | 12.8 | 3.5 |
| Other Charges | 0.6 | -1.2 | 1.6 | 0 | 0 |
| Unit Costs | -6.7 | -7.3 | -6.7 | 0.7 | -6.9 |
| Gross Dollar Profits | -2.3 | -3.3 | -3.4 | -2.7 | -2.9 |
| Retail Prices | -5.0 | -5.6 | -5.2 | 0.2 | -5.2 |

As can be seen from the table, supply prices increased on average by 3.5 per cent, gross dollar profits dropped by 2.9 per cent and retail prices declined by 5.2 per cent. It should be noted that the 5.2 per cent average price reduction represents individual price reductions which took place at different points in time over the period from July 16 to November 30. The distribution of price reductions by months was as follows:

¹The contribution made to the change in retail price by changes in costs and profits is discussed in the "Assessment of Survey Results".

TABLE 2

DISTRIBUTION OF PRICE REDUCTIONS BY MONTH
 (Per cent)

| <u>Month</u> | <u>Percentage of Items</u> | |
|--------------|----------------------------|-------------------|
| | <u>Monthly</u> | <u>Cumulative</u> |
| July | 24.1 | 24.1 |
| August | 28.0 | 52.1 |
| September | 25.5 | 77.6 |
| October | 15.5 | 93.1 |
| November | 6.9 | 100.0 |

The schedules were also examined to determine the extent to which cost savings from tax removal were passed on to consumers by individual retailers. This examination revealed that retail prices on approximately 65 per cent of the items reported were reduced by an amount equal to or greater than the reduction which occurred in unit costs. Retail prices were not reduced on 13 per cent of the items because unit cost reductions were completely offset by supply price increases. On 22 per cent of the items, retail prices were reduced by less than the reduction in unit costs. The examination further revealed that 39 per cent of the retailers surveyed passed on unit cost reductions on all items reported. Another 56 per cent passed on unit cost reductions on 50 per cent or more of the items, and the remaining 5 per cent on less than 50 per cent of the items reported.

Survey Response

Completed questionnaire forms were received from all 33 manufacturers and from all 16 importers included in the sample. Many manufacturers, as with retailers, submitted copies of annual reports, financial statements, price lists and other documents, together with their completed questionnaire forms. A number of importers, in turn, submitted copies of invoices received from foreign suppliers, invoices sent to retail customers and relevant price lists. As a general rule, the forms received from both manufacturers and importers were well prepared with some firms providing extensive comment on recent cost increases and their actual or anticipated impact in terms of selling price.

General Pricing Practices

Participating manufacturers and importers were asked to provide a brief description of their general selling price practices. The information obtained in response to this general question is summarized below. This summary, like that for the Retail Survey participants, does not necessarily apply to any one manufacturer or importer.

Selling prices for many manufacturers have traditionally followed a seasonal pattern with January 1 to June 30 representing the "spring-summer" period, and July 1 to December 31 the "fall-winter" period. Some importers also indicated that their selling prices for certain items followed a somewhat similar seasonal pattern. The survey returns indicated that while most manufacturers are reluctant to implement mid-season price changes, they are prepared to do so when faced with unanticipated cost increases of a substantial nature. Prices are normally set some months in advance of the season in which they are to apply with price commitments being made to retailers at that time. A number of manufacturers reported that prices for the fall-winter period were established and released to the retail trade in March or April, and sometimes earlier. The pricing pattern just described, does not apply to all merchandise. In some cases, prices may be established when new merchandise lines are being introduced or when special orders are being filled. The survey returns indicated that mid-season pricing changes have been occurring with greater frequency than in past years because of the difficulty manufacturers have experienced in fully anticipating recent cost increases.

Before setting his selling price, the clothing or footwear manufacturer must estimate sales volume and costs likely to be incurred in producing that volume, and decide on his net profit objective. Costs involve both present costs and any additional costs likely to be experienced over the relevant production cycle. Total costs comprise direct labour and material costs and such indirect costs as factory overhead, administrative and selling expenses and financing charges. A number of survey participants indicated that indirect costs plus provision for profit represent up to 50 per cent of direct labour and material costs.

For clothing and footwear importers, costs comprise "landed costs" and the costs involved in providing warehousing and distribution services within Canada. Selling expenses and the costs resulting from currency fluctuations represent other cost elements. "Landed costs" include the foreign supplier's selling price, import duties, freight, insurance and brokerage fees. A mark-up percentage is normally applied by importers to produce the gross profit dollars required to cover distribution costs and to provide a net profit. The mark-up percentages reported varied from importer to importer. They ranged between 22 per cent on some items to 100 per cent on others. Mark-up percentages in the 50 per cent to 70 per cent range were frequently indicated.

Both manufacturers and importers indicated that competition had a major bearing on selling price determination. For manufacturers, competition results from both imported clothing and footwear merchandise and from comparable products manufactured by other domestic producers. Judging from the returns, competition from imported clothing and footwear products would appear to be the more intense of the two. For importers, comparable domestic manufactured products and merchandise brought into Canada by other importers, represent the competition. Selling price objectives and the dollar profits which they reflect, according to survey participants, must be revised from time to time to meet competitive market conditions. Overall profit objectives are satisfied however if lower than average profit dollars on some product lines are balanced off by larger than average profit dollars on others.

Retail pricing points were a selling price consideration mentioned by both manufacturers and importers. Customer demand for a particular product might be adversely affected if pricing action on the part of either the manufacturer or the importer should cause the retailer to price the product at a higher pricing point. To avoid this, the manufacturer will

sometimes temporarily take a lower profit margin hoping to maintain his average profit over the longer term. Other manufacturers indicated that, in order to maintain the same retail pricing point, costs would be reduced either by re-designing the product or by substituting less expensive materials.

Supply Price Increases Reported by Retailers

The retail survey data indicated that supply prices had increased on 365 of the 1,023 clothing and footwear items reported. The average supply price increase of 3.5 per cent shown by the quantitative survey results represented the percentage price change for all 1,023 items. The average supply price change for the 365 items whose supply prices were reported as having increased was 10.1 per cent. These 365 items were supplied by 175 of the 408 suppliers whose names appeared in the retail returns.

Forty of the 175 suppliers named in the retail returns were selected for survey purposes using the criteria described in the Field Survey Section. Another nine importers, as noted earlier, were added for a total survey sample of 49. In the great majority of cases, the supply prices reported by retailers were confirmed by the manufacturers or importers concerned as being substantially correct.

It was earlier indicated that not all supply price increases reported by retailers had occurred after July 16th. The fact that a supply price increase was only experienced by a retailer after July 16 is not surprising having in mind the manufacturer's normal practice of setting his prices well ahead of the period in which they are to apply. A manufacturer for example may have announced price increases in March which were to apply to the July-December retail selling period. A retailer who had received one order of a particular item before July 1, and a second order after July 16, would naturally experience a supply price increase between the two dates. Indeed, 19 of the 33 manufacturers surveyed were able to demonstrate that the increases reported by retailers were implemented prior to July 16 and that no further supply price increases occurred after July 16.

Six other manufacturers indicated that the price increases reported by retailers were implemented prior to July 16. In all six cases, however, a further increase was reported by the manufacturer as having occurred after that date. Cost increases were cited as the reason for the price increase by all six manufacturers and relevant cost documentation was provided. Four manufacturers reported that the price increase indicated by the retail data had been implemented after July 16. Cost increases were again given as the reason and relevant documentation was submitted. Two other manufacturers also reported that the price increase quoted by the retailer had been implemented on or about July 16. Both manufacturers stated that the price changes were planned in advance of

July 16 and that the dates on which they were implemented followed customary practices regarding the timing of price changes. The price increases were supported by relevant cost documentation. In the two remaining cases, the information contained in the retailer's return was not sufficient to permit product identification. Both manufacturers reported however that no price increases were implemented subsequent to July 16.

Seven importers were asked to provide information on the selling price of specific imported clothing and footwear products reported in the retail returns. They were selected because the retail survey data indicated little or no reduction in the selling price of the product following tax removal. Three of the seven importers were able to demonstrate that the cost savings resulting from tax removal were more than offset by increases in the cost of the imported merchandise. A fourth importer demonstrated that the selling price reduction was in fact roughly equal to the dollar amount of the tax. A fifth importer stated that the nominal price reduction on the specific product on which information was requested, was not typical of his selling price response to tax removal. The detailed data submitted by this importer indicated that his average price reduction over a broad range of clothing imports approximated the dollar amount of the tax. One of the two remaining importers reported that he was unable to identify the specific product from the information supplied by the retailer, and the second that the "named" product was domestically manufactured in Canada. Both importers provided detailed data indicating that prices on other imported products had been reduced by the dollar amount of the tax.

General Pricing Actions After July 16

The survey returns indicated that most manufacturers had raised their selling prices during 1974. In some cases, prices were adjusted more than once during the year. The returns further indicated that about half of the manufacturers surveyed had increased some prices at some time after July 16. The size of the increases, which ranged up to 10 per cent, varied both between manufacturers and between the different product lines of the same manufacturer. The dates on which the price increases were implemented also varied between manufacturers. Four manufacturers indicated that selling prices were adjusted on some or all product lines over the period from June to September. In most other cases, however, the increases were reported as having been implemented later during the year. The data indicated that the price adjustment dates generally corresponded with the manufacturer's customary practices regarding the timing of price changes.

Cost increases were invariably advanced as the reason for price increases. Most manufacturers stated that all cost components showed substantial increases during the year. Increases of approximately 15 per cent affecting both labour costs and a broad range of material costs were frequently mentioned. Other cost increases occurred in factory overhead, selling and administrative expenses and in financing costs. Increases in direct labour costs flowed from the terms of recently concluded labour agreements involving significant increases in base wage rates, benefits and cost of living payments. A number of manufacturers also referred to the impact of increases in the minimum wage implemented by various Provincial Governments.

The survey returns indicated that, in general, the importers included in the sample passed on the cost savings from tax removal on merchandise imported after July 16. This did not necessarily result in selling price reductions in all cases because cost increases often partially or completely offset the tax savings. Regarding tax-paid merchandise, more than half the importers indicated that they had not reduced selling prices.

Increases in "landed costs" were mentioned with some frequency in the importers' returns. Increases in merchandise cost as such were particularly noticeable in the case of imports from certain European countries. In contrast, merchandise cost for goods imported from the Far East showed little or no change. For certain importers, supply price increases in the country of origin were particularly intense over the past year or more. One importer of footwear reported four supply price increases affecting one product line over the period April, 1974 to January, 1975.

Increased freight rates, particularly air freight charges, were another factor resulting in higher "landed costs". Increases of 20 per cent to 25 per cent were reported by several importers as having occurred over the past year. Increased labour and financial costs were among the other cost increases reported by importers.

ASSESSMENT OF SURVEY RESULTS

Three major conclusions can be drawn from the field survey results. In the first place, selling price reductions appear to have been quite extensive on merchandise purchased after July 16 at both the retailer and importer levels. Secondly, selling price reductions on tax-paid inventories were confined to a relatively few retailers. Thirdly, selling price increases implemented at the manufacture level appear to have occurred in response to increased costs.

The quantitative analysis of the retail data indicates results which are not unexpected having in mind the various factors described earlier as having an important bearing on price response. The analysis shows an average reduction of 5.2 per cent in retail prices, a decline of 2.9 per cent in gross profit dollars and a supply price increase of 3.5 per cent. Relevant data drawn from the quantitative results are summarized in Table 3 together with the percentage contribution which each component made to the retail selling price reduction.

TABLE 3
CONTRIBUTIONS TO CHANGE IN RETAIL PRICE

| Component of Retail Price | Per cent Change | Share of Change in Retail Price | Per cent Contribution to Change in Retail Price |
|---------------------------------|--------------------|------------------------------------|---|
| Supply Price | 3.5 | 1.5 | 28.8 |
| Other Charges | 0 | 0 | 0 |
| Sales Tax | -100.00 | -5.2 | 100.0 |
| Unit Cost | -6.9 | -3.7 | 71.2 |
| Gross Profits | -2.9 | -1.5 | 28.8 |
| Retail Price | -5.2 | -5.2 | 100.0 |

¹Based on component share of retail price before July 16.

The stated objective of many retailers to maintain or to increase gross profit dollars, was not a factor in influencing the overall pricing response. Gross profit dollars actually declined for the survey items and this decline contributed 1.5 percentage points to the reduction in retail prices. Supply price increases partially offset the decline in gross profits and the cost savings flowing from the removal of the tax. The survey returns provided no explanation for the decline in gross profit dollars. Although several factors may have been responsible, the desire of retailers to maintain sales volumes in the face of some weakening in consumer demand, undoubtedly played a role.

Interestingly enough, the 5.2 per cent reduction, which represents the combined effects of supply price increases and declines in gross dollar profits, as well as tax removal, is not too different from the 5.0 per cent average price reduction which, as earlier explained, would have resulted assuming an 11.2 per cent tax rate and a 100 per cent mark-up. The actual pre-tax removal mark-up was 93.4 per cent.

The average price reduction shown by the quantitative data demonstrates a positive overall response to tax removal on the part of the retail survey participants. It implies, of course, that selling prices were reduced by certain retailers on some clothing and footwear items by more than the dollar amount of the tax. The extent of the price reductions implemented by other retailers varied between the different clothing and footwear items reported. Prices were reduced on some items by exactly the dollar amount of the tax, while pre-July prices were maintained on others. No significant difference in pricing response was found between domestically produced goods and imported goods.

Supply price increases had a significant bearing on the extent to which prices were reduced on many of the items reported. The retail data indicated that supply price increases were a common occurrence during 1974. The average supply price increases of 3.5 per cent revealed by the quantitative analysis provides some indication of supply price increases experienced at the time of first purchase following July 16. The average percentage increase understates to some degree the effects of supply price increases in that about half of the retailers reporting subsequent purchases indicated further supply price increases. The manufacturer/importer survey substantially confirmed the information provided by retailers regarding supply price increases. All manufacturers surveyed indicated that selling prices were increased at some time during 1974. In many cases, selling prices were revised on more than one occasion during the year in response to

rising costs. Information from importers, while not as complete as that from manufacturers regarding pre-July 16 selling price increases, indicated that more than one price adjustment occurred during the year in a few cases.

It would also appear that tax-paid inventories continued to have significance even at the time the field survey was conducted notwithstanding the fact that some manufacturers indicated somewhat lower than average shipments to retailers during the period between the budget announcement date of May 6 and the tax removal date of July 16. There is little doubt however but that many retailers entered the post tax removal period with substantial tax-paid inventories. The presence of these substantial inventories together with some weakening in consumer demand appears to have lengthened the normal inventory turnover period. Retail price reductions were delayed pending a satisfactory resolution of the inventory problem.

In concluding this section, brief comment should be made regarding survey coverage. It might be noted that while the retail sample covered only a relatively small number of firms, their clothing and footwear sales represented some 36 per cent of total clothing and footwear sales in Canada. The inclusion of most major department stores and national chains, given their dominant role within the retail trade, was important in ensuring representative coverage. While the survey sample did not include all tax-affected clothing and footwear items, it was nevertheless broadly representative of these items as will be indicated in the discussion of the Consumer Price Index which follows in the next section. The 1023 schedules used for quantitative analysis provided representative examples of the retailers' pricing response to tax removal. The schedules might thus be considered a reasonable approximation for a much larger sample of responses to tax removal chosen on a more random basis. Although survey participation was a voluntary undertaking, participants were provided with specific instructions regarding the selection of clothing and footwear items for reporting purposes. The personal interviews conducted by the C.E.S.O. group helped to ensure that the data submitted were as complete and accurate as possible. Follow-up action was undertaken by the Department in those few cases where further clarification of data was required.

The manufacturer/importer sample was designed essentially to verify the data on supply price increases reported by retailers, and to determine the reasons underlying price increases at the supplier level. Based on the selection criteria earlier described, the sample covered approximately 23 per cent of the 175 suppliers reported as having increased prices.

THE CONSUMER PRICE INDEX

Relevant price movements in the Consumer Price Index (CPI) are presented and analysed in this section to provide a more comprehensive view of the price effect of tax removal than that given by the survey results on their own. For this purpose, those prices affected by the removal of the tax had to be separated from those that were not affected. The components of the official CPI for clothing were therefore regrouped into tax-affected items and all-other items.

Price Changes in Tax-Affected Clothing and Footwear

Continuous increases in the CPI throughout 1974 for tax-affected items are not surprising in view of the general inflationary environment and the particular cost pressures affecting clothing and footwear prices. The year-over-year rate of increase for prices of tax-affected items, however, declined quite noticeably in the fourth quarter of 1974, falling from 9.2 per cent in the third quarter to 7.2 per cent in the fourth. Furthermore, the quarterly increase in the fourth quarter of 1974 was only half that for the fourth quarter of 1973. This improved price performance was in sharp contrast to that displayed by the prices of other clothing items, non-clothing textiles, and the CPI for all-items. Table 4 provides a comparison of changes in the prices of tax-affected items with changes in these other prices, and with changes in the U.S. consumer price index for items corresponding to those affected by tax removal in Canada. Each of the indexes, other than that for tax-affected items, showed a fourth quarter increase in 1974 higher than in 1973, and a year-over-year increase higher in the fourth quarter than in the third.

The fact that the year-over-year rate of increase for tax-affected prices showed no visible effect of tax removal between the second and third quarters, should not have been unexpected. The prices for the July index were collected by Statistics Canada prior to tax removal, while those collected for August and September were dominated by tax-paid inventories. Even though fourth quarter prices show a marked improvement, they too continued to be strongly influenced by tax-paid inventories.

TABLE 4

COMPARISON OF CPI FOR TAX-AFFECTED ITEMS
WITH OTHER RELEVANT INDEXES

| | | CPI Tax- Affected ¹ | Clothing All Other ² | Non- Clothing, Textiles ³ | CPI All- Items | U.S. Apparel CPI ⁴ |
|---|------|--------------------------------------|---------------------------------------|--|----------------------|-------------------------------------|
| A. Quarterly Per Cent Change: | | | | | | |
| 1973: | IIQ | 2.8 | -0.2 | 2.0 | 2.3 | 2.3 |
| | IIIQ | 0.8 | 1.4 | 1.9 | 2.8 | 0.2 |
| | IV | 4.0 | 2.6 | 1.5 | 1.8 | 2.7 |
| 1974: | IQ | 1.2 | 3.0 | 4.2 | 2.4 | -0.4 |
| | IIQ | 2.6 | 4.6 | 4.4 | 3.3 | 2.4 |
| | IIIQ | 1.2 | 3.4 | 4.0 | 3.0 | 2.0 |
| | IVQ | 2.0 | 3.0 | 2.9 | 2.7 | 3.7 |
| B. Year-over-Year Per Cent Change: | | | | | | |
| 1974: | IQ | 9.0 | n.a ⁵ | 10.0 | 9.6 | 5.0 |
| | IIQ | 8.9 | 12.1 | 12.5 | 10.7 | 5.8 |
| | IIIQ | 9.2 | 14.2 | 14.8 | 11.0 | 7.2 |
| | IVQ | 7.2 | 14.7 | 16.3 | 12.0 | 7.8 |

1 Adult clothing, adult footwear and piece goods.

2 Adult clothing accessories, children's clothing and footwear and clothing services.

3 Linen and draperies.

4 For those items corresponding with those affected by tax removal in Canada.

5 Accessories were only priced from the second quarter of 1973.

Table 5 shows price movements for the major categories that make up the tax-affected index. As can be seen in the table, the fourth quarter improvement was reflected in each of the apparel indexes. The only exception was the price of piece goods whose material costs represent a larger proportion of total costs than is the case for clothing and footwear.

There seems little doubt but that the year-over-year increase in the tax-affected index would have been larger by several percentage points if sales tax had not been removed. The comparison of the 1974 fourth quarter performance with that of 1973 for the tax-affected index, and the comparison with other relevant price indexes, suggests that the rate of increase in the tax-affected index would have been higher by at least three percentage points.

TABLE 5

CONSUMER PRICE INDEXES FOR CLOTHING
ITEMS AFFECTED BY TAX REMOVAL

| | | Women's Clothing | Men's Clothing | Adult Footwear | Piece Goods | ALL TAX- AFFECTED ITEMS |
|---|------|---------------------|-------------------|-------------------|----------------|-------------------------------|
| A. Quarterly Per Cent Change: | | | | | | |
| 1973: | IIQ | 2.9 | 3.1 | 1.7 | 1.8 | 2.8 |
| | IIIQ | 0.8 | 0.7 | 1.1 | 0.9 | 0.8 |
| | IVQ | 4.8 | 3.8 | 3.2 | 0.6 | 4.0 |
| 1974: | IQ | 1.0 | 1.4 | 1.5 | 1.7 | 1.2 |
| | IIQ | 1.9 | 3.5 | 1.7 | 2.8 | 2.6 |
| | IIIQ | 1.2 | 1.4 | 0.9 | 3.2 | 1.2 |
| | IVQ | 1.7 | 2.9 | 1.3 | 1.8 | 2.0 |
| B. Year-over-Year Per Cent Change: | | | | | | |
| 1974: | IQ | 9.7 | 9.2 | 7.7 | 5.1 | 9.0 |
| | IIQ | 9.7 | 9.7 | 7.6 | 6.2 | 8.0 |
| | IIIQ | 9.2 | 10.4 | 7.4 | 8.7 | 9.2 |
| | IVQ | 6.0 | 9.5 | 5.5 | 9.9 | 7.2 |

The Retail Survey and the CPI

The analysis of the CPI and the quantitative results of the retail survey both show tax removal as having a beneficial effect on clothing and footwear prices. Two questions require clarification, however, regarding the relationship between the survey results and the CPI. The first question concerns the possibility of bias in the survey results. The retail survey did not include all tax-affected items, and this may have biased the results one way or another. An indication of the magnitude and direction of possible bias is provided by a comparison of the increase in the price of all tax-affected items in the CPI over the July-to-December period with the increase shown when the index is confined to the survey items. For all tax-affected items, the increase over the period was 3.0 per cent.¹ When only the survey items are considered, the increase was 2.7 per cent. The comparison suggests that the survey sample was reasonably representative of all tax-affected items.

The second question concerns the absolute price decline shown by the retail survey and the continuing rate of price increase revealed by the CPI analysis. The average price decline shown by the survey results is based entirely on tax-free clothing and footwear merchandise. The data used in calculating this measure of price change moreover relates specifically to selling price changes implemented by retailers at the time of first purchase following tax removal. In other words, the average price decline is a measure of the retailer's initial pricing response on tax-free merchandise. By its very nature, it does not reflect prices applying to tax-paid merchandise nor does it include price adjustments implemented subsequent to the retailer's initial pricing response on the same merchandise.

The CPI encompassed a much broader spectrum of prices than did the retail survey schedules including, as it did, prices of clothing and footwear merchandise on which tax had been paid as well as tax-free merchandise. As already indicated, tax-paid inventories completely dominated the index during the early months following July 16 and continued to exercise a strong influence at least through to the end of November. Price reductions resulting from tax removal during the early months were completely obscured as a consequence. During the later period, such price reductions began to have noticeable effects in the index although their full impact continued to be offset by the prices applying to tax-paid merchandise.

¹This is over a five-month period in contrast to the six-month June-to-December period for the quarterly figures given in Tables 4 and 5.

Normal inventory turnover periods appear to have been affected by a weakening in consumer demand in the latter half of 1974 compared with second half performance in the last few years.

Tax-paid inventories had an additional effect in that their prices continued to rise during the period reflecting the impact of supply price increases occurring some months prior to July 16. Supply price increases on tax-free merchandise occurring after July 16 had the effect of partially offsetting the savings from tax removal. These price effects were fully reflected in the CPI and only partially reflected in the quantitative results of the retail survey since the supply price data used for this purpose pertained to the first purchase after July 16.

SUMMARY AND CONCLUSIONS

Study findings were presented with respect to Industry Structure and Cost Environment, Field Survey Results and the Analysis of the Consumer Price Index. The Cost Environment section provided a broad indication of the cost pressures affecting the clothing and footwear trade at the time Federal sales tax was removed. Increasing costs at all levels in the production and distribution chain were reflected in the higher supply prices paid by retailers and in the higher retail prices paid by consumers. These cost pressures were confirmed by the field survey results.

The field survey results indicated a 5.2 per cent reduction on clothing and footwear merchandise purchased after July 16. This was the consequence not only of the removal of the tax but also of a slight decline in gross dollar profits and an increase in supply prices. The net effect was a price reduction of the same general magnitude as that which would have occurred if prices had been reduced by the dollar amount of the tax and gross dollar profits had been maintained at their pre-July 16 levels. The reduction would likely have been somewhat more than 5.2 per cent were it not for supply price increases which partially offset the cost savings generated by tax removal. The timing of price reductions generally was affected by the presence of inventories on which Federal sales tax had been paid. Their effects continued to be felt over the full period covered by the study. In individual cases, sales continued to be made from tax-paid stock at the time data were being reported, and reduced prices reflecting the tax savings were not expected until early 1975.

The analysis of Consumer Price Index for the period from July to December showed the positive effects of sales tax removal on retail clothing and footwear prices. The price performance of tax-affected clothing and footwear items was found to have been markedly superior to that of other clothing items, non-clothing textiles and the CPI as a whole. The fact that this improved price performance only became noticeable in the fourth quarter of 1974, was not entirely surprising having in mind that clothing and footwear prices collected by Statistics Canada continued to be heavily influenced by tax-paid inventories. The extent of the improvement was demonstrated by the fact that the year-over-year rate of increase in the tax-affected index declined by two percentage points during the fourth quarter, and that the rate of increase was only half that recorded during the fourth quarter of 1973.

As a general conclusion, it can be stated that the retail prices of clothing and footwear responded in a positive manner to the removal of the Federal Sales Tax. The price decline revealed by the field survey, together with the improved price performance reflected in the Consumer Price Index, indicated that Canadian consumers received substantial benefits from tax removal. Significant price reductions on a number of clothing and footwear items occurred and many price increases which would otherwise have been inevitable were avoided. The present study and the 1973 study on tariff and sales tax changes, provide clear evidence that retail prices are generally responsive to sales tax changes.

ACKNOWLEDGEMENTS

This study could not have been completed without the willing cooperation and support of participating retailers, manufacturers and importers. Survey participation involved time and effort on their part. The willingness of most participants to release data normally regarded as confidential but essential for study purposes, was particularly appreciated. The degree of cooperation was evident from the fact that survey returns were received from all but three of the 113 retailers asked to participate. Sayvette Ltd., and Evangeline Shops Ltd. of Toronto, and Dugger's Men's Wear Ltd. of Halifax had not submitted survey returns at the time this report was prepared. Cooperation was even more marked at the manufacturing and importing levels. Completed survey returns were received from all firms asked to participate. Special mention should be made of the fact that many firms welcomed the study and the opportunity to participate.

The department would also like to acknowledge the support received from the C.E.S.O. interviewers. The excellent response received from survey participants can be attributed in part to their diligence in undertaking the survey interviews. The keen interest which they displayed throughout the study, was much appreciated.

A P P E N D I X I

THE COST STRUCTURE FOR SELECTED CLOTHING AND FOOTWEAR
MANUFACTURERS AND RETAILERS

TABLE A

COST AND PROFIT COMPONENTS OF SALES:
SELECTED MANUFACTURING INDUSTRIES
(Per Cent)

| | Leather Tanneries | Shoe Factories | Yarn and Cloth Mills | Knitting Mills | Men's Clothing Industries | Women's Clothing Industries |
|--|-------------------|----------------|----------------------|----------------|---------------------------|-----------------------------|
| Wages | 19.4 | 26.7 | 17.6 | 22.8 | 18.6 | 21.1 |
| Materials | 59.3 | 47.1 | 52.5 | 36.4 | 47.3 | 44.7 |
| Fuel & Electricity | 1.7 | 0.4 | 1.7 | 1.7 | 2.6 | 0.8 |
| Packaging | 0.3 | 1.8 | 1.2 | 1.0 | 1.5 | 1.7 |
| Work Contracted Out | - | 0.3 | 1.0 | 3.8 | 2.2 | 5.2 |
| Operating, Maintenance & Repair Supplies | 2.6 | 1.4 | 2.8 | 3.5 | 3.0 | 1.4 |
| Overhead Selling and Administrative Costs and Net Profit | 16.7 | 22.3 | 23.2 | 30.8 | 24.8 | 25.1 |
| Value of Sales | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Sources: Statistics Canada: Census of Manufacturing, Leather Tanneries, Shoe Factories and Shoe Findings Industries, Cotton Yarn and Cloth Mills, Wool Yarn & Cloth Mills, Man-made Fibre, Yarn and Cloth Mills, Knitting Mills, Men's Clothing Industries, and Women's and Children's Clothing Industries, all for 1972 except Cotton Yarn and Cloth Mills which is for 1970.

TABLE B

COST AND PROFIT COMPONENTS OF RETAIL
CLOTHING SALES
(Per Cent)

| | 1964 | | | 1966 | | | 1973 | | |
|--|----------------|----------------|---------------|------------------|----------------|---------------------|---------------------|----------|----------|
| | All | All | Indep. | All | Men's & | Women's | All | Clothing | All |
| Independent Men's Clothing Stores | Men's Clothing | Men's Clothing | Ready-to-wear | Women's Clothing | Boy's Clothing | Children's Clothing | Children's Clothing | Clothing | Clothing |
| Cost of Domestic Goods At Manufacturer's Price | - | 50.9 | - | 47.8 | - | - | 51.0 | 42.8 | |
| Cost of Imported Goods At Duty-Paid Price | - | 4.9 | - | 3.7 | - | - | 6.2 | 9.6 | |
| Total Cost of Goods | - | 55.8 | - | 51.5 | 58.0 | 57.9 | 57.2 | 52.4 | |
| £ Federal Sales Tax | - | 6.1 | - | 5.7 | 6.2 | 6.2 | 6.9 | 5.6 | |
| Wholesale Services | - | 1.4 | - | 3.7 | 3.1 | 3.1 | 3.4 | 3.1 | |
| Total Cost to Retail Including Transportation | 68.6 | 63.3 | 67.4 | 60.9 | 70.1 | 69.8 | 67.5 | 61.1 | |

Wages and Salaries, Overhead, Selling and Administrative Costs and Net Profit

| | | | | | | | | |
|---------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Retail Sales ⁴ | 31.4 | 36.7 | 32.6 | 39.1 | 29.9 | 30.2 | 32.5 | 38.9 |
| Addendum Wages & Salaries | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Wages and Salaries, Overhead, Selling and Administrative Costs and Net Profit

| | | | | | | | | |
|---------------------------|------|------|------|------|---|---|------|------|
| Retail Sales ⁴ | 13.5 | 12.6 | 15.1 | 12.6 | - | - | 11.6 | 11.8 |
|---------------------------|------|------|------|------|---|---|------|------|

1. Statistics Canada: Clothing and Piece Goods Stores, Operating Results 1964

2. Developed by the Department of Consumer & Corporate Affairs from various Statistics Canada Publications

3. Statistics Canada 1966 Input-Output Data
4. Excluding provincial sales taxes

TABLE C

COST AND PROFIT COMPONENTS OF RETAIL FOOTWEAR SALES

(Per Cent)

| | 1964 | 1966 | 1973 |
|--|--------------|--------------|--------------|
| | All Footwear | All Footwear | All Footwear |
| Independent Family Shoe Stores ¹ | 51.2 | — | 50.0 |
| Cost of Domestic Goods At Manufacturer's Price | — | — | 36.1 |
| Cost of Imported Goods At Duty-Paid Price | 7.0 | — | 8.5 |
| Total Cost of Goods | 58.2 | 58.3 | 58.5 |
| Federal Sales Tax | 7.0 | 7.0 | 7.1 |
| Wholesale Services | 3.8 | 4.0 | 4.0 |
| Total Cost to Retail including Transportation | 66.1 | 69.0 | 70.6 |
| Wages and Salaries Overhead, Selling and Administrative Costs and Net Profit | 33.9 | 31.1 | 29.4 |
| Retail Sales ⁴ | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| Addendum Wages & Salaries | 13.9 | 16.2 | 16.0 |

1. Statistics Canada: Clothing and Piece Goods Stores, Operating Results 1964 (Cat. No. 63-406)

2. Developed by the Department of Consumer and Corporate Affairs from various Statistics Canada publications.

3. Statistics Canada 1966 Input-Output Data. 4. Excluding provincial sales tax.

A P P E N D I X I I

RECENT CHANGES IN SELECTED INDUSTRY PRICES
AND ESTIMATED UNIT LABOUR COSTS

APPENDIX II

RECENT CHANGES IN SELECTED INDUSTRY PRICES AND ESTIMATED UNIT LABOUR COSTS

Material Prices

The prices of material outputs at one production stage are the costs of material inputs at the next. Because the relationship between material inputs and material outputs shows little change over short periods of time, material prices have been used as a proxy for unit material costs. The recent historical pattern of changes in output prices at each stage of production in the textile, clothing and footwear industries is provided in Tables D and E.

Unit Labour Costs

The unit labour cost data used in this report are estimates based on total wages and salaries and real domestic product for selected manufacturing and retail groups. Estimates of recent changes in unit labour costs are provided in Table F.

TABLE D

RECENT PRICE MOVEMENTS AT DIFFERENT STAGES OF PRODUCTION AND DISTRIBUTION: FIBRES TO CLOTHING
 (Year-over-year Per Cent Change)

| | Raw Cotton ¹ | Raw Wool ² | Imported Cotton ² | Wool Yarn & Fibres ⁴ | Wool Cloth Mills ² | Synthetic Textile Mills ² | Men's Knitting Mills ² | Foundation Garment Industry ² | Men's Clothing ² | Retail Clothing ³ | Women's Clothing ³ |
|-------|-------------------------|-----------------------|------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|--|-----------------------------|------------------------------|-------------------------------|
| 1972: | | | | | | | | | | | |
| IQ | 13.4 | 2.3 | 18.3 | 1.8 | 7.3 | -0.9 | 2.2 | -2.8 | -0.2 | 3.7 | 2.1 |
| IIQ | 18.0 | 17.4 | 26.6 | -2.4 | 9.0 | 2.1 | 1.4 | -2.8 | 0.1 | 3.0 | 1.8 |
| IIIQ | 15.4 | 36.6 | 39.7 | -3.9 | 8.9 | 2.6 | 2.6 | -1.7 | 1.2 | 3.4 | 1.7 |
| IVQ | 5.2 | 115.9 | 98.2 | 0.3 | 7.1 | 2.6 | 6.6 | -0.2 | 2.0 | 3.5 | 1.6 |
| 1973: | | | | | | | | | | | |
| IQ | -0.2 | 162.2 | 132.4 | -0.5 | 4.4 | 47.9 | 12.5 | 1.5 | 4.7 | 4.6 | 3.7 |
| IIQ | -4.7 | 168.1 | 123.2 | 12.2 | 4.5 | 62.7 | 21.2 | 8.8 | 5.4 | 6.3 | 3.3 |
| IIIQ | 14.4 | 144.9 | 111.6 | 15.8 | 13.8 | 64.7 | 22.6 | 6.7 | 9.1 | 7.3 | 4.6 |
| IVQ | 64.2 | 39.3 | 36.8 | 25.3 | 35.5 | 65.7 | 21.2 | 8.3 | 11.5 | 10.4 | 6.9 |
| 1974: | | | | | | | | | | | |
| IQ | 83.3 | 9.6 | -3.9 | 19.7 | 45.9 | 14.3 | 18.5 | 13.7 | 18.7 | 14.2 | 5.9 |
| IIQ | 67.0 | -21.8 | -21.2 | 13.8 | 47.1 | -2.0 | 12.0 | 13.5 | 20.3 | 16.2 | 7.4 |
| IIIQ | 30.6 | -32.8 | -35.6 | 17.8 | 32.1 | -7.0 | 10.4 | 17.2 | 17.2 | 19.2 | 11.9 |

Sources: Statistic Canada: Prices and Price Indexes (Cat. No. 62-002, Monthly) Sept. 1974; and Imports by Commodities (Cat. No. 65-007, Monthly) Jan. 1971 to Sept. 1974

1. General Wholesale Price Index
2. Industrial Selling Price Index (which excludes Federal Sales Tax)
3. Consumer Price Index
4. Based on a price index developed by the Department of Consumer and Corporate Affairs

TABLE E

RECENT PRICE MOVEMENTS AT DIFFERENT STAGES OF PRODUCTION AND DISTRIBUTION:
HIDES TO SHOES

(Year-over-Year Per Cent Change)

| | | Hides and Skins ¹ | Leather Taneries ² | Shoe Factories ² | Retail Footwear ³ |
|-------|------|------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| 1972: | IQ | 32.0 | 8.7 | 3.2 | 2.5 |
| | IIQ | 68.4 | 27.1 | 5.2 | 2.1 |
| | IIIQ | 113.1 | 36.4 | 5.7 | 3.7 |
| | IVQ | 125.7 | 55.0 | 9.2 | 6.3 |
| 1973: | IQ | 75.2 | 38.1 | 10.8 | 6.9 |
| | IIQ | 13.0 | 9.9 | 12.5 | 7.3 |
| | IIIQ | 5.4 | 8.0 | 12.6 | 6.0 |
| | IVQ | -20.5 | -6.4 | 9.7 | 6.1 |
| 1974: | IQ | -20.8 | 1.9 | 14.0 | 7.2 |
| | IIQ | -23.2 | 11.1 | 12.4 | 7.8 |
| | IIIQ | -35.5 | 4.6 | 13.3 | 7.9 |

Sources: Statistics Canada: Prices and Price Indexes (Cat. No. 62-002, Monthly) Sept. 1974; and Imports by Commodities (Cat. No. 65-007, Monthly) Jan. 1971 to Sept. 1974

1. General Wholesale Price Index
2. Industrial Selling Price Index (which excludes Federal Sales Tax)
3. Consumer Price Index

TABLE F
ESTIMATED CHANGES IN UNIT LABOUR COSTS: SELECTED INDUSTRIES¹

(Year-over-Year Per Cent Change)

| | <u>Shoe Factories</u> | <u>Knitting Mills</u> | <u>Clothing Manufacturers</u> | <u>Apparel & Shoe Stores</u> |
|-------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|
| 1973: | IQ | -1.8 | 8.4 | 5.7 |
| | IIQ | 4.6 | 7.2 | 6.2 |
| | IIIQ | 9.7 | 11.4 | 6.3 |
| | IVQ | 10.0 | 12.1 | 7.6 |
| 1974: | IQ | 4.1 | 10.3 | 6.8 |
| | IIQ | 6.8 | 10.8 | 10.2 |
| | IIIQ | 8.5 | 9.9 | 12.6 |

¹Unit labour costs are total wages and salaries divided by real domestic product

Sources: Statistics Canada, Employment, Earnings and Hours
(Cat. No. 72-002, Monthly), and Indexes of Real
Domestic Product by Industry (Cat. No. 61-005, Monthly)

A P P E N D I X I I I

LIST OF CLOTHING AND FOOTWEAR SURVEY ITEMS

| <u>MEN'S WEAR</u> | <u>WOMEN'S WEAR</u> |
|---|---|
| 1. Men's Raincoat (full length) | 1. Women's Raincoat (full length) |
| 2. Men's Wintercoat (full or prevailing length) | 2. Women's Winter Coat (full length) |
| 3. Men's Sports Jacket | 3. Women's Winter Coat (fur trimmed full length) |
| 4. Men's Business Suit (one pair of trousers) | 4. Women's Two Piece Pant Suit |
| 5. Men's Dress Slacks | 5. Women's Dress (street or business dress) |
| 6. Men's Dress Shirt (long sleeves) | 6. Women's Dress (party dress) |
| 7. Men's Work Pants or Jeans | 7. Women's Casual Slacks |
| 8. Men's Knitted Sport Shirt (long sleeves) | 8. Women's Sweater |
| 9. Men's Briefs | 9. Women's Blouse (casual blouse) |
| 10. Men's Nylon Socks | 10. Women's Briefs |
| | 11. Women's Panty Girdle |
| | 12. Women's Brassiere |
| | 13. Women's Pantyhose |

| <u>FOOTWEAR</u> | <u>PIECE GOODS</u> |
|---------------------------|---------------------|
| 1. Women's Shoe pump | 1. Solid Broadcloth |
| 2. Women's Shoe casual | 2. Sewing Thread |
| 3. Women's Shoe sandal | |
| 4. Men's Dress Shoe | |
| 5. Men's Casual Shoe | |

| VETEMENTS POUR HOMMES | |
|---------------------------------------|--|
| 1. Imperméable | Impérméable |
| 2. Manteau d'hiver | Manteau d'hiver (longueur normale) |
| 3. Veste de sport | Manteau d'hiver (borde de fourrure) |
| 4. Complete de vîlîle | Tailleur-pantalon (un pantalon) |
| 5. Pantalon habillé | Pantalon habillé |
| 6. Chemise habillée | Robe de cocktail (manches longues) |
| 7. Pantalon de travail ou jeans | Pantalon ordinaire jeans |
| 8. Chemise de sport (manches longues) | Chandail |
| 9. Slip ou caleçon | Chemisier de vîlîle |
| 10. Slip ou culotte | Gaine |
| 11. Soutien-gorge | Soutien-gorge |
| 12. Bas-culotte | Bas-culotte |
| 13. Slip ou culotte | Slip ou culotte |
| MARCHANDISES A L'UNITE | |
| 1. Escarpins pour femmes | Drap de bonne qualité |
| 2. Chaussures de vîlîle pour femmes | Fil de couture |
| 3. Sandales pour femmes | Femmes |
| 4. Chaussures de soirée pour hommes | Pour hommes |
| 5. Chaussettes de vîlîle pour hommes | Hommes |

ANNEXE III

L'OBJET DE L'ENQUETE
ARTICLES VESTIMENTAIRES FAISANT

TABLEAU F

ESTIMATION DES COUTS UNITAIRES DE LA MAIN-D'OEUVRE:
QUELQUES INDUSTRIES
 (fluctuations en pourcentage d'une année à l'autre)

| Fabriques de chaussures | Bonneterie | Fabricants de vêtements | Magasins de vêtements et chaussures |
|-------------------------|------------|-------------------------|-------------------------------------|
|-------------------------|------------|-------------------------|-------------------------------------|

| | | | |
|------|-----|------|------|
| 1973 | IIT | -1.8 | 8.4 |
| | IIT | 4.6 | 7.2 |
| | IIT | 9.7 | 11.4 |
| | IIT | 10.0 | 12.1 |
| 1974 | IIT | 4.1 | 10.3 |
| | IIT | 6.8 | 10.8 |
| | IIT | 8.5 | 9.9 |

¹ Les coûts unitaires de la main-d'œuvre sont l'ensemble des salaires, divisés par le produit intérieur réel.

Source: Statistique Canada: Emplois, gains et durée de travail (n° de cat. 72-002, mensuel), et Indices du produit intérieur réel, par industrie (n° de cat. 61-005, mensuel).

TABLEAU E

MOUVEMENTS RECENTS DES PRIX A DIFFERENTS STADES DE LA PRODUCTION ET DE LA DISTRIBUTION:
DE LA PEAU A LA CHAUSSURE
(fluctuations en pourcentage d'une année à l'autre)

| Peaux | Tanneries | Fabriques de chaussures | Chaussures au détail |
|-------|-----------|-------------------------|----------------------|
| 1972: | | | |
| IT | 32.0 | 8.7 | 3.2 |
| IIT | 68.4 | 27.1 | 5.2 |
| IIIT | 113.1 | 36.4 | 5.7 |
| IVT | 125.7 | 55.0 | 9.2 |
| 1973: | | | |
| IT | 75.2 | 38.1 | 10.8 |
| IIT | 13.0 | 9.9 | 12.5 |
| IIIT | 5.4 | 8.0 | 12.6 |
| IVT | -20.5 | -6.4 | 9.7 |
| 1974: | | | |
| IT | -20.8 | 1.9 | 14.0 |
| IIT | -23.2 | 11.1 | 12.4 |
| IIIT | -35.5 | 4.6 | 13.3 |
| | | | 7.9 |

Source: Statistique Canada: Prix et indices des prix (n° de cat. 62-002, mensuel), sept. 1974; et Importations par marchandises (n° de cat. 65-007, mensuel), janvier 1971 à septembre 1974.

1 Indice général des prix de gros

2 Indice des prix de vente dans l'industrie (taxe de vente fédérale non comprise)

3 Indice des prix à la consommation

TABLEAU D (fin)

| | | Vêtements pour hommes ² | Corsets et soutiens-gorge | Vêtements pour hommes au détail ³ | Vêtements pour dames au détail ³ |
|------|------|------------------------------------|---------------------------|--|---|
| 1972 | IT | 3.7 | 2.1 | 3.0 | 3.1 |
| | IIT | 3.0 | 1.8 | 2.5 | 1.9 |
| | IIIT | 3.4 | 1.7 | 1.6 | 0.3 |
| | IVT | 3.5 | 1.6 | 1.5 | 1.6 |
| 1973 | IT | 4.6 | 3.7 | 2.8 | 2.3 |
| | IIT | 6.3 | 3.3 | 4.6 | 5.0 |
| | IIIT | 7.3 | 2.2 | 5.5 | 6.2 |
| | IVT | 10.4 | 6.9 | 7.7 | 8.0 |
| 1974 | IT | 14.2 | 5.9 | 9.1 | 10.0 |
| | IIT | 16.2 | 7.4 | 9.5 | 9.5 |
| | IIIT | 19.2 | 11.9 | 10.2 | 10.4 |

Source: Statistique Canada: Prix et indices des prix (n° de cat. 62-002, mensuel), sept. 1974; et Importations par marchandises (n° de cat. 65-007, mensuel), janv. 1971 à sept. 1974.

1 Indice général des prix de gros

2 Indice des prix de vente dans l'industrie (taxe de vente fédérale non comprise)

3 Indice des prix à la consommation

4 D'après un indice des prix établi par le ministère de la Consommation et des Corporations

TABLEAU D

MOUVEMENTS RECENTS DES PRIX A DIFFERENTS STADES DE LA PRODUCTION: DE LA FIBRE AU VETEMENT

(fluctuations en pourcentage d'une année à l'autre)

| | Coton brut | Laine brute ² | Fibres artificielles | Filature et tissage du coton | Filature de la laine ² | Tissage de la laine ² | Fabrication de textiles synthétiques ² | Bonneterie ² |
|---------|------------|--------------------------|----------------------|------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---|-------------------------|
| | | can. | imp. | de la laine ² | laine ² | synthétiques ² | | |
| 1972 | IT 13.4 | 2.3 | 18.3 | 1.8 | 7.3 | -0.9 | 2.2 | -2.8 |
| IT 18.0 | 17.4 | 26.6 | -2.4 | 9.0 | 2.1 | 1.4 | -2.8 | 0.1 |
| 1973 | IT 15.4 | 36.6 | 39.7 | -3.9 | 8.9 | 2.6 | 2.6 | -1.7 |
| IT 5.2 | 115.9 | 98.2 | 0.3 | 7.1 | 2.6 | 6.6 | -0.2 | 1.2 |
| IT -0.2 | 162.2 | 132.4 | -0.5 | 4.4 | 47.9 | 12.5 | 1.5 | 2.0 |
| IT -4.7 | 168.1 | 123.2 | 12.2 | 4.5 | 62.7 | 21.2 | 8.8 | 4.7 |
| IT 14.4 | 144.9 | 111.6 | 15.8 | 13.8 | 64.7 | 22.6 | 6.7 | 9.1 |
| IT 64.2 | 39.3 | 36.8 | 25.3 | 35.5 | 65.7 | 21.2 | 8.3 | 11.5 |
| IT 83.3 | 9.6 | -3.9 | 19.7 | 45.9 | 14.3 | 18.5 | 13.7 | 18.7 |
| IT 67.0 | -21.8 | -21.2 | 13.8 | 47.1 | -2.0 | 12.0 | 13.5 | 20.3 |
| IT 30.6 | -32.8 | -35.6 | 17.8 | 32.1 | -7.0 | 10.4 | 17.2 | |

Prix des matières

Les prix des matières à la sortie d'un stade de la production deviennent le coût des matières au niveau de l'entreprise, et perdant une partie de temps, les prix des matières servent à fixer les coûts unitaires. Les prix des matières servent à fixer les coûts unitaires. Les tablaux D et E donnent l'évolution récente des changements de prix à la sortie de chaque niveau de production, et peuvent être utilisés pour évaluer les changements de prix dans les industries textiles.

Coûts unitaires de main-d'œuvre

Les coûts unitaires recourent dans les cotations unitaires de main-d'œuvre.

ANNEXE III
CHANGEMENTS RECENTS DE QUOTIDIENNES PRIX INDUSTRIELS
ET ESTIMATIONS DES COURTS UNITAIRES DE
MAIN-D'OEUVRE

TABLEAU C

ELEMENTS DES COUTS ET BENEFICES DES VENTES DE CHAUSSURES AU DETAIL
 (en pourcentage)

| | 1964 | 1966 | 1973 |
|--|--|--|--|
| Magasins indépendants de chaussures à prix populaires ¹ | | | |
| Tous genres de chaussures ² | Tous genres de chaussures ² | Tous genres de chaussures ² | Tous genres de chaussures ² |
| 1-0 ³ MC ² | | | |
| Coût des marchandises canadiennes au prix du fabricant | - | 51.2 | 50.0 |
| Coût des marchandises importées dédouanées | - | 7.0 | 8.5 |
| Coût total des marchandises | - | 58.2 | 58.3 |
| Taxe de vente fédérale | - | 7.0 | 7.0 |
| Vente en gros | - | 3.8 | 4.0 |
| Coût total au détail (transport compris) | 66.1 | 69.0 | 70.6 |
| Salaire; ensemble des coûts et bénéfice brut | 33.9 | 31.1 | 29.4 |
| Ventes au détail ⁴ | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| Salaires et appointements | 13.9 | 16.2 | 16.0 |
| | | | 19.6 |

1 Statistique Canada: Clothing and Piece Goods Stores, Operating Results 1964 (N° de cat. 63-406).

2 Données établies par le ministère de la Consommation et des Corporations à partir de diverses publications de Statistique Canada.

3 Statistique Canada 1966: Input-Output Data.

4 Taxe de vente provinciale non comprise

- 1 Statistique Canada: Clothing and Piece Goods Stores
Operating Results 1964 (No de cat. 63-406).
- 2 Données établies par Le ministère de La Consommation et des Corporations à partir de diverses publications de Statistique Canada.
- 3 Statistique Canada 1966: Input-Output Data.
- 4 A l'exclusion des taxes de vente provinciales.

TABLEAU B (suite)

| | 1966 | 1973 | |
|---|---|--|---------------------------------------|
| | Vêtements pour hommes et garçons ³ | Vêtements pour dames et enfants ³ | Tous genres de vêtements ² |
| Coût des marchandises canadiennes au prix du fabricant | - | - | 51.0 |
| Coût des marchandises importées dédouanées ⁴ | - | - | 6.2 |
| Coût total des marchandises | 58.0 | 57.9 | 57.2 |
| Taxe de vente fédérale | 6.2 | 6.2 | 6.9 |
| Vente en gros | 3.1 | 3.1 | 3.4 |
| Coût total au détail (transport compris) | | | |
| Salaire, ensemble des coûts et bénéfice brut | 70.1 | 69.8 | 67.5 |
| | 29.9 | 30.2 | 32.5 |
| Vente au détail ⁴ | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| Addition | | | |
| Salaires et appointements | - | - | 11.6 |
| | | | 11.8 |

TABLEAU B
ELEMENTS DES COUTS ET BENEFICES DES VENTES DE VETEMENTS AU DETAIL
 (en pourcentage)

| | 1964 | | |
|--|--|-----------------------|---|
| | Magasins indépendants de vêtements pour hommes | Vêtements pour hommes | Magasins indépendants de prêt-à-porter pour dames |
| Coût des marchandises canadiennes au prix du fabricant | - | 50.9 | - |
| Coût des marchandises importées dédouanées | - | 4.9 | - |
| Coût total des marchandises | - | 55.8 | - |
| Taxe de vente fédérale | - | 6.1 | - |
| Vente en gros | - | 1.4 | - |
| Coût total au détail (transport compris) | | | 3.7 |
| Salaire, ensemble des coûts et bénéfice brut | 68.6 | 63.3 | 67.4 |
| | 31.4 | 36.7 | 32.6 |
| Vente au détail ⁴ | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| Addition | | | |
| Salaire, et appoin- | 13.5 | 12.6 | 15.1 |
| ments | | | 12.6 |

TABLEAU A

ELEMENTS DES COUTS ET BENEFICES DE VENTE:
QUELQUES INDUSTRIES MANUFACTURIERES
(en pourcentage)

| | Tanneries | Chaussures | Fabriques de filés et de tissus | Bonneterie | Vêtements pour hommes | Vêtements pour dames |
|---|-----------|------------|---------------------------------|------------|-----------------------|----------------------|
| | coton | laine | pr. synthétiques | | | |
| Salaires | 19.4 | 26.7 | 17.6 | 22.8 | 18.6 | 21.1 |
| .Matières | 59.3 | 47.1 | 52.5 | 36.4 | 47.3 | 44.7 |
| carburant et électricité | 1.7 | 0.4 | 1.7 | 1.7 | 2.6 | 0.8 |
| Emballage | 0.3 | 1.8 | 1.2 | 1.0 | 1.5 | 1.7 |
| Travail à forfait | - | 0.3 | 1.0 | 3.8 | 2.2 | 5.2 |
| Matériel d'exploitation, d'entretien et de réparation | 2.6 | 1.4 | 2.8 | 3.5 | 3.0 | 1.4 |
| Frais généraux de vente et d'admi- nistration et bénéfice brut | 16.7 | 22.3 | 23.2 | 30.8 | 24.8 | 25.1 |
| Valeur des ventes | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Source: Statistique Canada: Recensement de fabrication, Tanneries; Fabriques de chaussures et fabricants de crâpins pour chaussures; Filature et tissage du coton; Filature et tissage de la laine; Fabrication de fibres, filés et tissus artificiels et synthétiques; Bonneterie; Industries des vêtements pour hommes; Industries des vêtements pour dames et enfants, toutes publications de 1972, sauf Filature et tissage du coton, qui est de 1970.

STRUCTURE DES COUNTS POUR QUELQUES
PRODUITS VESTIMENTAIRES
FABRICANTS ET DÉTAILLANTS

ANNEXE I

Sans la collaboration emprisee des détaillants, fabriquants et importateurs qui ont participé à l'enquête, cette étude n'aurait pas vu le jour. Il s'agit d'une enquête, cette étude n'a porté sur les participants comme confédérées, mais essentiellement normalement considérées comme communiquer des renseignements secrets à l'étude, a été particulièrement appréciée. Le fait que trois seulsement des 113 détaillants invités à participer à l'enquête n'ont pas présenter de rapporter est relativement obtenu. Au moment où la rédaction de ce rapport seuls Sayette Ltd. et l'Evangelische Shops Ltd. de Toronto, ainsi que Duggers, Men's Wear Ltd. et Hallifax, n'avait pas retourné leurs questionnaires. Les fabricants et les importateurs ont fait preuve d'un esprit de collaboration encore plus grande. Toutes les sociétés invitées à participer à l'enquête ont rempli leur questionnaire. Nous tenons à signaler que bon nombre d'entre elles se sont régionales de cette étude et de l'occasion qui leur offre d'utiliser leur expérience dans le secteur pour leur aide. C'est en partie grâce à leur expérience que les participants nous ont envoyé des réponses. Nous leur savons grez du vif intérêt qu'ils ont manifesté pendant toute l'enquête.

l'enquête, ainsi que les résultats de l'analyse de l'indice des prix à la consommation, indique qu'à la suite de la détaxe, les avantages pour les consommateurs canadiens ont été assez considérables. Un certain nombre d'articles de vêtements et de chaussures ont connu des réductions de prix appréciables, et de nombreux autres augmentations de prix ont été étudiées. La présente étude a été réalisée, tout ainsi été évitée. La présente étude a été réalisée de 1973 sur les modifications aux tarifs et à la taxe de vente montrent clairement que les prix de détail régis- sent en général aux modifications apportées à la taxe de vente.

Les dommages de l'engorgement et des chausseures ont baissé de 5,5 %, alors que le résultat net a augmenté de 16 juillet. Ce pourcentage est le résultat non séculier d'un échange du fournisseur des profits bruts et de l'ordre de celle qui se serait produite si les prix avaient été réduits du montant de la taxe et que les résultats bruts avaient été maintenus aux mêmes niveaux qu'avant le 16 juillet. La réduction aurait probablement été supérieure à 5,2 %. C'est sans les augmentations des prix du fournisseur qu'il faut donc compter dans le résultat final. Les économies résultant de la suppression de la taxe. La mise en vigueur des réductions de prix a été suivie, en général, par les stocks dont la demande a augmenté tout au long de l'été. Dans des cas particuliers, la demande n'a pas été atteinte mais a été décalée au moment de l'enquête, et les réductions de prix traduisent des économies de 1,1 %.

1, analyse de l'indice des prix à la consommation pour la période allant de juillet à décembre 1974. La baisse des prix a été relativement importante en octobre et novembre 1974, mais elle a été moins importante que celle de l'indice des prix à la consommation pour la période allant de juillet à décembre 1973. La baisse des prix a été relativement importante en octobre et novembre 1974, mais elle a été moins importante que celle de l'indice des prix à la consommation pour la période allant de juillet à décembre 1973.

à se faire sentir, mais le prix des marchandises taxes dépasseait toujours le montant des réductions. Les détails normaux d'écoulement des stocks semblent avoir été modifiés par une baisse de la demande pendant la seconde moitié de 1974, par rapport à celle de années précédentes.

Les stocks "taxe payée" ont eu un autre effet, dans le sens que leurs prix ont continué d'augmenter pendant la période reflétant l'influence des hausses de prix des fournisseurs qui avaient eu lieu quelques mois avant le 16 juillet. Les hausses partielles économies dues à la suppression de la taxe. L'IIPC apres le 16 juillet ont eu pour effet de contrabancer en mars 1974 les fournisseurs sur les produits détaxés ayant eu lieu avant le 16 juillet. Les hausses reflètent très bien ce phénomène qui ne se traduit que partiellement dans les résultats quantitatifs de l'enquête au détail, puisque les données relatives aux prix des fournisseurs utilisées à cette fin se limitent au premier achat effectué après le 16 juillet.

L'IPC présente une gamme de prix beaucoup plus étendue que celle de l'engrète, puisqu'il comprend les prix des vêtements et chaussures "taxe payée", et de ceux qui sont touchés par la taxe. Ainsi que nous l'avons déjà dit, les stocks dont la taxe avait été payée ont totalement dommage, tandis que pendant plusieurs mois après le 16 juillet et leur influence fut encore importante jusqu'à la fin de novembre. Par conséquent, pendant cette période, les réductions de prix dues à la suppression de

Le second point porte sur la baisse du prix absolu indiquée par l'engouement au détail et l'augmentation constante des prix démontrée par l'I.T.C. La baisse moyenne des prix, indiquée dans les résultats de l'I.T.C., analyse de l'engouement au détail et l'augmentation constante des prix, donnees qui ont servit à calculer l'amplieur de ce changement portent précisément sur les changements de prix de vente.

Plus, les éléments et chaussures non touchées par la taxe, ne sont pas appliquée qu'aux éléments et chaussures non touchées par la taxe.

De plus, les éléments portent précisément sur les changements de prix après la détaxe. Autrement dit, la baisse moyenne des prix est une indication de la réaction du détail à la détaxe.

De par sa nature même, elle ne reflète pas les prix des marchandises dont la taxe a été payée, mais celle qui leur a été imposée.

Par le détail, la baisse moyenne des prix est par le détail et après la détaxe.

Par le détail, la baisse moyenne des prix est par le détail et après la détaxe.

Par le détail, la baisse moyenne des prix est par le détail et après la détaxe.

1. Analyse de l'IPC et les résultats quantitatifs de l'enquête montrent que la suppression de la taxe a eu effet favorable sur le prix des vêtements et des chaussures. Il reste toutefois à décliner les résultats entre les deux périodes de 1990 et de 1991, en ce qui concerne l'évolution des résultats de l'enquête au niveau du revenu disponible sur le prix des vêtements et des chaussures. L'enquête rapporte les résultats entre les deux périodes de 1990 et de 1991, mais ne permet pas de porter cette comparaison entre les deux périodes de 1990 et de 1991. Une comparaison entre les résultats d'une autre taxe, de 1,15% sur les articles durables et la taxe de 1,15% sur les articles de première nécessité, n'a pas porté sur tous les résultats de l'enquête au niveau du revenu disponible.

TABLEAU 5

INDICES DES PRIX A LA CONSOMMATION DES VETEMENTS
TOUCHES PAR LA DETAXE

| | Vêtements pour femmes | Vêtements pour hommes | Chaussures pour adultes | Marchandises à la pièce | Tous les articles touchés par la taxe |
|---|-----------------------|-----------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------------|
| A. Changement trimestriel en pourcentage: | | | | | |
| 1973: | IIT 2.9 | 3.1 | 1.7 | 1.8 | 2.8 |
| | IIIT 0.8 | 0.7 | 1.1 | 0.9 | 0.8 |
| | IVT 4.8 | 3.8 | 3.2 | 0.6 | 4.0 |
| 95 | 1974: | IIT 1.0 | 1.4 | 1.5 | 1.7 |
| | IIIT 1.9 | 3.5 | 1.7 | 2.8 | 2.6 |
| | IVT 1.2 | 1.4 | 0.9 | 3.2 | 1.2 |
| | IIT 1.7 | 2.9 | 1.3 | 1.8 | 2.0 |
| B. Changement en pourcentage par rapport à l'année précédente: | | | | | |
| 1974: | IIT 9.7 | 9.2 | 7.7 | 5.1 | 9.0 |
| | IIIT 9.7 | 9.7 | 7.6 | 6.2 | 8.0 |
| | IIIIT 9.2 | 10.4 | 7.4 | 8.7 | 9.2 |
| | IVT 6.0 | 9.5 | 5.5 | 7.2 | |

Le tableau 5 montre les mouvements des prix dans les principales catégories des industries touchées par la taxe. Comme on peut le voir, l'amélioration au deuxième trimestre se reflète dans tous les indices des diverses catégories de vêtements. La seule exception est le prix des marchandises à la pièce dont le coût des matières représenté une plus grande partie du coût total que dans le cas des vêtements et des chaussures.

Il semble certain que le pourcentage de l'augmentation annuelle de l'indice touche par la taxe aurait été supérieur sans la suppression de la taxe. Si l'on compare l'amélioration de 1973, et avec d'autres indices de prix, on s'aperçoit que le taux d'augmentation de l'indice aurait atteint au moins 3 p. cent de plus.

| COMPARISON ENTRE L'IPC POUR LES ARTICLES TOUCHES PAR LA TAXE ET DES INDICES | | | | | | |
|---|--|-----|------------------|-------------------|---|--|
| | Vêtements | IPC | ArticLes | Tous Les articles | Tous Les articles (Vêtements et autres) | La taxe sur les articles (excluS) de l'IPC aux E.-U. |
| 1973: | IIT | 2.8 | -0.2 | 2.0 | 2.3 | 2.02 |
| | IIT | 0.8 | 1.4 | 1.9 | 2.8 | 0.2 |
| | IIT | 4.0 | 2.6 | 1.5 | 1.8 | 2.7 |
| 1974: | IIT | 1.2 | 3.0 | 4.2 | 2.4 | -0.4 |
| | IIT | 2.6 | 4.6 | 4.4 | 3.3 | 2.4 |
| | IIT | 1.2 | 3.0 | 4.0 | 3.0 | 2.0 |
| | IIT | 2.0 | 3.0 | 2.9 | 2.7 | 3.7 |
| 1974: | IIT | 9.0 | n.a ⁵ | 10.0 | 9.6 | 5.0 |
| | IIT | 8.9 | 12.1 | 12.5 | 10.7 | 5.8 |
| | IIT | 9.2 | 14.2 | 14.8 | 11.0 | 7.2 |
| | IIT | 7.2 | 14.7 | 16.3 | 12.0 | 7.8 |
| 1. Vêtements et chaussures pour adultes et marchandises à La Plage. | B. Changement en pourcentage par rapport à l'année précédente: | | | | | |
| | IIT | | | | | |
| 2. Accessoires d'habillement pour adultes, vêtements et chaussures pour enfants et services vestimentaires. | IIT | | | | | |
| 3. Lingéerie de maison et tissus. | IIT | | | | | |
| 4. Pour les articles correspondant à ceux touchés par la détaxe au Canada. | IIT | | | | | |
| 5. Les prix des accessoires n'ont pas été examinés par la détaxe du deuxième trimestre de 1973. | IIT | | | | | |

Les mouvements permanents des prix de l'indice des prix à la consommation (IPC) sont présentés et analysés dans la présente section afin de donner une idée générale de l'effet de la détaxe sur les prix, que ne donne pas le résultat des effets de la détaxe de la consommation. A cette fin, il faut nécessaire de séparer les prix modifiés par la détaxe de ceux qui ne l'ont pas été.

En ce qui concerne les vêtements, les éléments de l'IPC ont donc été regroupés en deux catégories, celle de tous les autres articles et celle de tous les vêtements touchés par la détaxe de tous les autres articles.

Changements de prix des vêtements et chaussures touchées par la taxe

On peut ainsi les considérer comme une approximation raisonnable d'un échantillon beaucoup plus étendu de réactions choisies au hasard. Bien que la participation à l'enquête ait été libre, les participants avaient régulièrement des consignes bien précises concernant le choix des articles à étudier. Les entrevues faites par les enquêteurs étaient régulières et demandant des éclaracions pour les quelques cas où les données nécessitent des précisions. Étant aussi complètes et précises que possibles, le ministère de l'A.C.O. ont permis de s'assurer que les données fournies détaillantes sur l'amélioration des prix du fournitisseur et à essentiellement à vérifier les données fournies par les déterminer les facteurs de cette hausse. Fonde sur le critère des 175 fournisseurs qui, selon les données, avaient augmenté de chose déjà décrit, l'échantillon couvrait environ 23 p. cent des 175 fournisseurs qui, selon les données, avaient augmenté de leur prix.

Il semble effectuer un égalément que les stocks "taxe payée" avaient encore une incidence au moment de l'enquête, en dépit du fait que certains fabricants ont signale des expéditions aux détaillants intégrantes à la moyenne pour la période allant de 6 mois, date de la présente situation du budget, au 16 juillet.

Toutefois, il est certain que de nombreux détaillants ont commencé la détaxe avec d'importants stocks "taxe payée". La présence de ces stocks, détaillants ont commencé la détaxe avec d'importants stocks "taxe payée". La présence de ces stocks, semble avoir ralenti la période normale d'écoulement des stocks. La baisse des prix de détail n'a pu avoir lieu avant qu'une solution satisfaisante au problème des stocks ne soit trouvée.

TABLEAU 3

FACTEURS CONTRIBUANT AU CHANGEMENT DU PRIX DE DETAIL

| Composants du prix de détail | Changement en pourcentage | Part du changement du prix de détail | Contribution en % au changement du prix de détail |
|------------------------------------|------------------------------|---|---|
| Prix du fournisseur | 3.5 | 1.5 | 28.8 |
| Frais divers | 0 | 0 | 0 |
| Taxe de vente | -100.0 | -5.2 | 100.0 |
| Coût unitaire | -6.9 | -3.7 | 71.2 |
| Bénéfices bruts | -2.9 | -1.5 | 28.8 |
| Prix de détail | -5.2 | -5.2 | 100.0 |

Fondée sur la part composante du prix de détail avant le 16 juillet.

La redaction moyenne des prix individuelles de la taxe de la part des detallants posttive à la suppression de la taxe de la part des detallants. Cela simifie, autrement, que certains detallants ont réduit leurs prix devant le ventre, pour diverses raisons et chausseurs, d'un montant supérieur à celui de la detaxe. Les reductions des prix par les autres detallants varient selon les articles examinés. Les prix exactement étaient les mêmes qu'avant le 16 juillet. Une différence notable separe la détermination des prix pour les articles au montant de la detaxe, alors que les prix d'autres produits fabriqués au pays et ceux qui ont été importés.

Il est intéressant de noter que la réduction de 5,2% cent (résultant de l'augmentation des prix du fourrissage, de la baisse de 5 p. cent et à la base de 11,2 p. cent de taxe sur la majoration) ne suffit pas pour équilibrer les dépenses publiques et privées et pour éviter une dépréciation de 93,4 p. cent avant la dette.

Les résultats de l'analyse quantitative des données au niveau des facteurs, décrits auparavant, qui ont exercé une influence sur la politiquer des prix de vente. L'analyse ence considérable sur la politique des prix de vente. L'analyse montre que les prix de vente au détail sont basés de 5,2 p. cent, que le bénéfice brut en dollars a baissé de 2,9 p. cent et que les prix des fournisseurs ont augmenté de 3,5 p. cent. Les dommages tirées des résultats quantitatifs sont résumés au tableau 3 qui montre également la contribution, sous forme de pourcentage, de chaque élément à la réduction des prix de vente au détail.

Des résultats de l'enquête, on peut tirer trois grandes conclusions. En premier lieu, les réductions des prix de vente semblent avoir été assez considérables sur les marchandises achetées après le 16 juillet, au niveau tant du détail que de l'importateur. Deuxièmement, les réductions sur les stocks "taxe payée" ont été faites de quelques détaillants seulement. Enfin, les augmentations des prix de vente à la fabrication semblent résulter de la hausse des coûts.

Les fabricants ont été majoré leurs prix de vente en 1974. Dans certains cas, les prix ont été modifiés plus d'une fois dans l'année. Les fabricants ont augmenté certains prix le 16 juillet. De plus, les déclaratons montrent qu'environ la moitié des fabricants ont augmenté certains prix au cours de cette année. Les fabricants et selon les différentes lignes de produits d'un même fabricant, pouvant aller jusqu'à 10 p. cent. La date de ces majorations varie également selon les fabricants. Il existe deux types pour toutes les lignes de produits ou seulement quelques-unes, pendant la période allant de juin à septembre. Toutefois, dans la plupart des cas, les augmentations ont été faites plus tard dans l'année. Les données indiquent que les dates correspondant généralement aux pratiques personnes elles-mêmes sont celles où les augmentations ont été effectuées. Les fabricants qui ont augmenté leurs prix de vente en 1974 ont fait cela dans l'ensemble de leur production. Les dates correspondant généralement aux pratiques personnes elles-mêmes sont celles où les augmentations ont été effectuées. Les fabricants qui ont augmenté leurs prix de vente en 1974 ont fait cela dans l'ensemble de leur production.

Politique des prix après le 16 juillet

Sept les importateurs de vêtements et tissus résident toujours sur les îles importations dans leurs propres usines et des détaillants. Il n'y a quasiment pas de vente à l'exportation de la chaussure importée de venu de vente après la suppression de la taxe. Trois importateurs ont pu prouver que l'épargne suscitée par la hausse du cout de production a dépassé par la hausse du cout de production. Un basse du prix équivalant approximativement à la taxe. Un changement a déclaré que la taxable réduction du prix du produit en question ne reflétait pas sa politique de prix de vente de la suite de la suppression de la taxe. D'autre part, les résignements au jeu, il nous a fournis, la réduction moyenne sur une waste game de la vêtements importés équivalait approssimata-ivement au montant de la taxe. Un des deux détaillants importateurs n'a pu identifier le produit dont il était intéressé à déclara que le renseignement donnez par le détaillant et autre a déclaré que le produit fait fabrique au Canada.

pas assez précis pour permettre d'identifier le produit. Toute fois, les deux fabricants ont déclaré qu'aucune augmentation n'avait été faite après le 16.

Majorsations de prix par les fournisseurs
Les domaines de l'anglaise au niveau des détaillants
1,023 articles d'habillement sont signés. La moyenne d'augmentation
1, en grande partie, représente le pourcentage de changement du prix de
tous les articles. La moyenne de majoration des 365 articles
fournis par 175 détaillants se chiffre à 10.1 p. cent. Ces articles étaient
dans la plupart des cas, les fournisseurs indiqués dans les détaillants.
Les détaillants ont été confrontés par les fournisseurs indiqués par
une enquête conduite selon les critères de la section anglaise.
Telle que mentionnée auparavant, 9 autres importateurs ont été
ajoutés. L'échantillon ainsi à 19 le nombre de firmes consultées.
Il a déjà été signalé que les augmentations, avaient
pas toutes eu lieu après le 16 juillet. Le fait qu'une augmentation
n'a été ressentie par un détaillant qu'après le 16
juillet n'a rien de surprenant, compte tenu de la pratique
normale du facturant de fixer ses prix bien avant qu'ils
n'entrent en vigueur. Un fabricant peut très bien annoncer,
en mars, une augmentation qui ne s'appliquera qu'à la commande
jusqu'à la fin décembre. Le détailleur à qui il a commandé un
article avant le 16 juillet et un autre identique après le 16
juillet, remarquera naturellement que s'appliquera qu'à la vente
deux dates. De fait, 19 des 33 fabricants interrogés étaient en
meilleure mesure de pouvoir que les majorations signées dans
la même mesure que les fournisseurs ne sont produites après
d'autres ont également indiqué qu'elles avaient été mises en
vigueur aux environs du 16. Ils ont déclaré tous deux que
les changements avaient été prévus avant le 16 et que la
date de leur mise en vigueur ne faisait que se conformer aux
habitudes des documents justificatifs. Dans les deux dernières
cas, les renseignements fournis par les détaillants n'étaient
accompagnés de documents justificatifs.

Six autres fabricants ont indiqué que les augmentations
avaient été fabriquées avant le 16. Toutefois, dans les
6 cas, le fabricant a signalé qu'une autre majoration avait eu
lieu après cette date. Chaque fois, la majoration des prix a
été justifiée par la hausse des coûts, avec documents à l'appui.
Quatre autres fabricants ont également indiqué dans
les documents avaient été mises en vigueur après le 16 juillet et ont
donné la même justification que l'augmentation apporte dans
autres ont également indiqué qu'elles avaient été mises en
vigueur aux environs du 16. Ils ont déclaré tous deux que
les changements avaient été prévus avant le 16 et que la
date de leur mise en vigueur ne faisait que se conformer aux
habitudes des documents justificatifs.

Les domaines de l'anglaise au niveau des détaillants
1,023 articles d'habillement sont signés. La moyenne d'augmentation
de 3.5 p. cent, indique que les résultats d'augmentation
1, en grande partie, représente le pourcentage de changement du prix de
tous les articles. La moyenne de majoration des 365 articles
fournis par 175 détaillants se chiffre à 10.1 p. cent. Ces articles étaient
dans la plupart des cas, les fournisseurs indiqués dans les détaillants.
Les détaillants ont été confrontés par les fournisseurs indiqués par
une enquête conduite selon les critères de la section anglaise.
Telle que mentionnée auparavant, 9 autres importateurs ont été
ajoutés. L'échantillon ainsi à 19 le nombre de firmes consultées.
Il a déjà été signalé que les augmentations, avaient
pas toutes eu lieu après le 16 juillet. Le fait qu'une augmentation
n'a été ressentie par un détaillant qu'après le 16
juillet n'a rien de surprenant, compte tenu de la pratique
normale du facturant de fixer ses prix bien avant qu'ils
n'entrent en vigueur. Un fabricant peut très bien annoncer,
en mars, une augmentation qui ne s'appliquera qu'à la vente
d'un article avant le 16 juillet et un autre identique
jusqu'à la fin décembre. Le détailleur à qui il a commandé un
article avant le 16 juillet et un autre identique après le 16
juillet, remarquera naturellement que s'appliquera qu'à la vente
deux dates. De fait, 19 des 33 fabricants interrogés étaient en
meilleure mesure de pouvoir que les majorations signées dans
la même mesure que les fournisseurs ne sont produites après
d'autres ont également indiqué qu'elles avaient été mises en
vigueur aux environs du 16. Ils ont déclaré tous deux que
les changements avaient été prévus avant le 16 et que la
date de leur mise en vigueur ne faisait que se conformer aux
habitudes des documents justificatifs.

Avant de fixer son prix de vente, le fabricant de vêtements ou chaussures doit déterminer l'objectif de son profit net, le volume de vente et les frais de production. Il faudra tenir compte à la fois des frais actuels et de ceux qui pourront s'ajouter au cours du cycle de production. Le coût total comprend les frais directs (main-d'œuvre et matières) et les dépenses indirectes telles les frais généraux d'exploitation, d'administration et de financement. De nombreux participants ont indiqué que les frais indirects, plus élevés (main-d'œuvre et matières), sont le montant à 50 p. cent des frais directs (main-d'œuvre et matières).

Méthodes d'établissement des prix

Des formularices document remplis nous sort parvenus des 33 fabriquants et des 16 importateurs comparis dans l'échantillon. Comme les détaillants, plusieurs fabricants avaient joint des rapports annuels, exposés financiers, listes de prix et autres documents. Pour leur part, de nombreux importateurs ont fourni des copies de factures venant de fournisseurs étrangers, d'autres envoyées à des cliniques et des listes de prix. D'une manière générale, les formulaires détaillés de la partie de certaines firmes sur la recette augmentation des prix et l'impact, reflétant une page des commentaires détaillés de la partie de certaines firmes sur la recette augmentation des prix et l'impact, reflétant une

Résumé de l'enquête

ENQUETE AU NIVEAU DES FABRICANTS ET DES IMPORTATEURS

Sur la même période, le montant moyen des réductions par article passe de 65 P. en octobre à 22 P. en novembre. Cet effet est dû à l'augmentation des cotations de détail qui passe de 13 P. à 17 P. et à l'augmentation des cotations unitaires qui passe de 56 P. à 62 P. C'est dans les articles de première nécessité que cette augmentation est la plus importante, passant de 56 P. à 69 P. Les réductions moyennes sur les articles de deuxième nécessité sont moins élevées, passant de 39 P. à 41 P.

| Mois | Mensual | Cumulative | (en pourcentage) |
|--|---------|------------|------------------|
| DISTRIBUITION PAR MOIS DES REDUCTIONS DE PRIX | | | |
| juillet | 24.1 | 24.1 | |
| août | 28.0 | 52.1 | |
| septembre | 25.5 | 77.6 | |
| octobre | 15.5 | 93.1 | |
| novembre | 6.9 | 100.0 | |

TABLEAU 1

POURCENTAGE MOYEN DE CHANGEMENT DES COUTS, PROFITS
ET PRIX AU DETAIL PAR GRANDES CATEGORIES¹

| Grandes Catégories | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|------------|------------------------|-------|------|
| Vêtements pour hommes | Vêtements pour femmes | Chaussures | Marchandise à la pièce | Total | |
| 3.5 | 2.8 | 4.2 | 12.8 | 3.5 | |
| Autres frais | | -1.2 | 1.6 | 0 | :0 |
| Coûts unitaires | | -6.7 | -7.3 | -6.7 | -6.9 |
| Bénéfices bruts | | -2.3 | -3.3 | -3.4 | -2.9 |
| Prix au détail | | -5.0 | -5.6 | 0.2 | -5.2 |

Comme l'indique le tableau, les prix du fournisseur ont augmenté en moyenne de 3.5 p. cent, les profits bruts en dollars sont tombés de 2.9 p. cent et les prix de détail ont fléchi de 5.2 p. cent. Il convient de souligner que cette baisse de 5.2 p. cent représente des réductions de prix individuelles qui se sont produites à des moments divers au cours de la période du 16 juillet au 30 novembre. La distribution par mois des réductions de prix se présente comme suit:

¹La contribution des changements de coûts et de bénéfices à la modification des prix de détail est exposée dans la section sur "l'Evaluation des résultats de l'enquête".

Par "autres frais", il faut comprendre les frais de transport, de poste et d'entrepôt.

Envirition 90 p. cent des participants ont répondu avant le 15 décembre. L'analyse quantitative avait alors atteint un point tel qu'à ce jour les quelques réponses qui restait avaient été traitées. La fin de ce travail.

permier achat d'un article en particulier effectué, par les détaillants, après la suppression de la taxe. Les annexes indiquent également les dates auxquelles les changements de prix sont entrés en vigueur pour les articles de détailles formulez sur 1023 formulaires détaillées fournies par 95 des 113 participants. Le pourcentage des changements des prix de vente, des cotations unitaires, des prix des fournitures et autres frais à été calculé d'après les données fournies pour les articles établies à la date de l'échange moyen des participants de changements pour chaque client, entre eux tous les articles séparément pour chacun d'entre eux tous les articles à la fois. De plus, le profit bruto pour toutes les articles a été calculé d'après les données de prix par unité à être établie à la fois. De plus, le profit bruto pour toutes les articles a été calculé d'après les cotations et les prix de vente pour tous les articles dans le tableau suivant:

participants. Ces données se rapportent plus précisément au analysees afin de donner une idée d'ensemble de la réaction des 16 juillet. Les données sur les marchandises détachées ont été la détaxe, pour des articles achetés au fourniisseur après la date de la taxe avant et après les cotations du prix de vente, et les annexes sur les cotations du prix de vente, avant et après les données auxquelles sont faites renseignements généraux sur les produits vestimentaires à La suite de la détaxe, avec exemples à l'appui, dans des renseignements généraux sur la politique des détaillants Les questions avancées pour but de recueillir des annexes auxquelles sont faites renseignements généraux sur les vestimentaires.

Réultats quantitatifs

de vente même sur les articles dont la taxe avait été payée. Petit nombre de détaillants ont immédiatement baissé leurs prix égilibre au moment de rembourser le queteur. Enfin, un dans d'autres cas, on n'y est parvenu qu'à la fin de l'automne. Dans des cas, on a atteint l'équilibre le stock des stocks et, dans du moment où la réaction au prix de vente est fonction de la sorte que la réaction au prix payé est "exemples de l'équilibre entre les marchandises "taxe payée". De sorte que la réaction au prix de vente est fonction du moment pas réduire le prix de vente avant d'avoir atteint pouvant être de détaillants ont précédé qu'ils n'en fait. Ensuite, nombre de détaillants ont novembre, au plus tard, avant la fin octobre ou le mois de novembre, au plus de trois à quatre mois, cela vaut dire qu'il n'y a eu aucun les prix. La période normale de renouvellement des stocks étant attendu, également normal de la marchandise avant de basculer D'abord un petit nombre de détaillants ont simplement

détaillants pour fixer les prix de ces stocks. Diverses démarches ont été adoptées par les détaillants. Il s'agissait d'une grande partie du stock d'automne du quelques articles en particulier. Dans d'autres, toutefois, dans certains cas, les stocks n'étaient importants pour l'importance des stocks varie selon les détaillants. L'importance des stocks varie selon les détaillants. n'aient pas été réduits immédiatement après le 16 juillet. qu'on donne souvent pour expliquer le fait que les prix moment des réductions de prix ne raisonment lorsque en tant que facteur influant grandement sur le avant la suppression ne solente pas encore écoulées a déjà été avant la majoration sera facilement supérieure au sujet de 100 p. cent.

que la majoration sera très supérieure peu supérieurs ou inférieurs à 5 p. cent selon seraient quelque chose dans l'exemple. Les prix de détail 100 p. cent appartiennent à celle de 5 p. cent. De plus, la majoration intitiale sera légèrement supérieure ou inférieure à celle de de 5 p. cent pluttôt que de 5,4 p. cent. De plus, la majoration

Le taux de 12 \$. cent de la taxe et la majoration de bruts doivent être maintenus tels qu'à titre d'exemple. Ainsi 100 \$. cent n'ont pas été choisis qu'à titre d'exemple. Les vestimentaires vendus au Canada et celui de 12 \$. des articles ce taux de 10.8 \$. cent s'appliquait aux 2/3 des articles au détail de 10.8 \$. cent. On estime que au détail de 10.8 \$. cent a été dit le taux réel de la taxe sur les ventes qui, il a déjà été dit, donne une moyenne de 10.8 \$. cent. Ce qui donne une moyenne de 11.2 \$. cent pour tous les vêtements. Puisque ce taux est quelque peu inférieur à celui de 12 \$. cent appuyé dans l'exemple ci-dessus, la réduction moyenne correspondante sur les prix de détail serait

\$12, soit environ 5.4 \$. cent. Ci-dessus le prix original de \$224 a été réduit de 12 \$. cent. C'est donc la montant de la réduction du prix de détail de 12 \$. cent déduite de la bruts doit être de 12 \$. cent. C'est donc la montant de la réduction du prix de détail de 12 \$. cent.

| Bénéfice brut estimé | Prix de vente du fabricant | Taxe fedérale de vente | Prix de détail |
|----------------------|----------------------------|------------------------|----------------|
| \$112.00 | \$112.00 | 12.00 | 12.00 |
| 100.00 | 100.00 | 0 | 0 |
| | | | \$224.00 |

Avant la détaxe Après la détaxe

Prénoms un exemple:

La nécessité exprimée par les détaillants de maintenir leurs bénéfices bruts, tels qu'ils étaient avant le 16 juillet 1941 que grande incidence sur l'importance de la baisse des prix de détail due à un arrêt pu atténuer à la suite de la détaxe. Si les bénéfices bruts étaient maintenant plus supposés une majoration de 100 attéindre 5.4 \$. cent, si l'on suppose une majoration de 100 de 12 \$. cent avant la détaxe.

Les causes de la nécessité de maintenir leurs bénéfices bruts sont-ils souligné, notamment sur les recettes générées de vente tels qu'ils étaient avant le 16. Toute réduction supérieure, telle que celle pour assurer une exploitation viable.

Court unittaire comprend le prix du fourniisseur, la taxe de vente et divers autres frais (transports, par ex.). Les frais généraux et de vente ne sont pas compris.

Un autre facteur qui a influé sur la détermination des prix a été le désir extrême de maintenir ou même d'augmenter les marges bénéficiaires brutes en dollars américains terrestres, mais sans stratégies administratives pour donner le bénéfice aux investisseurs étrangers et de conserver les profits nets en dollars américains et de préserver les fonds croissants de l'entreprise. Comme nous l'avons déjà note, la pratique de la majoration comme pourcentage du prix d'achat de la marchandise visée futuriste les recettes de vente vous êtes pour couvrir les taxes et donner le bénéfice brut. Ainsi le 16 juillet, les taxes de vente étaient généralement pratiquées auquel la majoration était appliquée. Bien des participants ont déclaré que la réduction du prix de vente doit

Le 16 juillet 2012, une enquête a été menée par l'Institut CSA pour le compte de la Direction régionale et métropolitaine de l'environnement, du développement durable et de la nature (DREDDN) dans les 12 arrondissements de Montréal. L'enquête visait à évaluer la perception des citoyens sur l'application de la loi sur la lutte contre les changements climatiques et à recueillir des informations sur les mesures d'adaptation aux changements climatiques mis en place par les citoyens et les organismes locaux.

Les résultats de l'enquête ont montré que les citoyens sont généralement satisfaits de l'application de la loi sur la lutte contre les changements climatiques, mais qu'il existe encore des défis à relever. Les citoyens ont également indiqué qu'ils ont pris des mesures d'adaptation aux changements climatiques, telles que l'achat de matériel de jardinage et l'installation d'équipements de jardinage. Cependant, ils ont également déclaré que les mesures d'adaptation sont insuffisantes et doivent être renforcées.

Ensuite, l'enquête a été étendue à l'ensemble de la population québécoise. Les résultats ont montré que les citoyens sont généralement satisfaits de l'application de la loi sur la lutte contre les changements climatiques, mais qu'il existe encore des défis à relever. Les citoyens ont également indiqué qu'ils ont pris des mesures d'adaptation aux changements climatiques, telles que l'achat de matériel de jardinage et l'installation d'équipements de jardinage. Cependant, ils ont également déclaré que les mesures d'adaptation sont insuffisantes et doivent être renforcées.

Enfin, l'enquête a été étendue à l'ensemble de la population québécoise. Les résultats ont montré que les citoyens sont généralement satisfaits de l'application de la loi sur la lutte contre les changements climatiques, mais qu'il existe encore des défis à relever. Les citoyens ont également indiqué qu'ils ont pris des mesures d'adaptation aux changements climatiques, telles que l'achat de matériel de jardinage et l'installation d'équipements de jardinage. Cependant, ils ont également déclaré que les mesures d'adaptation sont insuffisantes et doivent être renforcées.

On a demandé aux détaillants de décrire, en termes généraux, les mesures qu'ils avaient prises quant à leurs ventes, suite à la suppression de la taxe sur les denrées. Les estimations portant sur les réductions pour les détaillants étaient assez préciées pour quantifier l'effet de cette mesure. Des questions portant sur les réductions étaient posées aux détaillants et avaient été établies pour évaluer l'effet de l'opportunité des réductions, y compris la possibilité d'en faire bénéficier les marchands dont la taxe avait été payée au passé. Les participants ont indiqué plusieurs facteurs importants influant sur la détermination du prix. Cela comprend des augmentations du prix des fournisseurs, le désir d'exprimer sa satisfaction avec les marges de profit, les problèmes associés à la collecte des taxes et les difficultés rencontrées par les détaillants pour lesquelles la taxe a été payée, les prix aux stocks pour lesquels la taxe a été payée, les prix maintenus par les marchands de détail, les associations de fabricants.

Facteurs influant sur la réaction à la suppression de la taxe de vente

Parfois ceux qui ont été conséillés par le fourrisseur, surtout dans le cas des marques connues d'un bout à l'autre du pays.

Il y a une autre question qui à trait à l'établissement de prix de vente au détail et qui a occupé une place importante dans le présent rapport; il sagit des stocks. Dans le cas de changes constants des prix du fourrisseur tant que les stocks considérables, les prix de vente ne reflètent pas les frais de transport rapporté à l'achat des marchandises.

Leur importance par rapport à la suppression de la taxe de vente est examinée plus longuement ci-après.

C'est l'influence de la concurrence participante à l'enquête, concurrence. De l'avis de nombreux participants à l'enquête, une vente au détail serrait incomplet si il ne touchait pas à la vente détaillants indépendants indiquant leurs prix de vente constitude le facteur principal. Les réponses des petits détaillants pour une large concurrence démontrent que certains facteurs sont établis pour une large part en fonction de ceux de leurs concurrents. Les grands magasins, qui exercent une influence concurrenentielle, servent de guides pour l'établissement des prix, tandis que les commerces de détail plus modestes ne font que suivre. Les gros détaillants régissent parfois, dans certaines localités, à la concurrence des petits marchands,

Il existe également un autre élément de prix pour les chaînes de magasins, y compris les grands magasins, auteurs d'explications de leur prix dans la même domainede. Nombre de grands chaînes détallants dans le même domaine. Nombre de grands mais ils obéissent surtout aux mesures prises par les autres certaines localités, à la concurrence des petits marchands,

faire face à la concurrence locale.

A partir des renseignements fournis par les participants, il a été possible de faire un genre de résumé des méthodes générales adoptées par les détaillants pour établir les prix de vente au détail des vêtements de chaussures. Comme il s'agit d'un résumé général, il se peut qu'il donne une image incomplète des méthodes qui utilisent tel ou tel marché.

Nous n'avons pas relevé de différences sensibles entre les méthodes d'établissement des prix des détaillants de vêtements pour leur permettre brut qui en découle et qui est nécessaire pour les vêtements tissus tenu de rentabiliser leur souffre. Les éléments importants des coûts comprennent les frais de vente et d'achat versé aux fournisseurs. C'est grâce à la différence entre le prix cotant et le prix de vente que le marchand attirent les clients de même ligne.

On peut calculer de diverses façons les majorations, exprimées d'ordinaire en pourcentage. Parfois il suffit simplement d'un pourcentage du prix d'achat et de la taxe de vente fédérale. Le prix d'un article qui coûte \$25, par exemple, est fixé à \$50. La majoration dans ce cas d'établir les majorations comme pourcentage du prix d'achat et de la taxe de vente fédérale. Il est plus rare d'ajouter un montant fixe en vente au détail. Il est plus rare d'ajouter un montant fixe en est \$25, soit 100 p. cent du coût ou 50 p. cent du prix de vente au détail. Il est fixe à \$50. La majoration dans ce cas est \$25, soit 100 p. cent du coût ou 50 p. cent du prix de vente au détail.

Hormis trois exceptions, nous avons regu les questions naitres implants des 113 détaillants, à qui nous les avons envoyées. Dans la majorité des cas, beaucoup d'efforts ont été consentis à la préparation des réponses. En plus de donner une idée précise de l'incidence de la suppression de la taxe de vente sur les prix, nombre de détaillants ont redigé des notes explicatives copiantes sur les cotés d'exploitation, marges bénéficiaires courantes, volume des ventes, ainsi qu'une détaillant. Nous avons également reçu une documentation détaillée. Les deux dernières sont sur le commerce de détail. Tendances des cotés de prix influant sur les ventes, analyse des coûts et des factures de fournisseurs par rapport aux annués, états financiers et listes de prix de détail, rapports réglementaires et listes documentation abondante : détails. Même que des copies de factures et de notes de service de la taxe de vente. Ces renseignements ont été fournis par quelques-unes des plus modestes aussi bien que par bon nombre de détaillants de la taxe de vente.

L'application des critères de sélection n'a donc que sept importatrices. Neuf autres importatrices connus de vétérinaires et de chassseurs sont les noms ne figurant pas dans les réponses des détaillants ont été ajoutées pour porter à 16 le nombre d'importatrices échantillonnes. Ces additions étaient nécessaires pour s'assurer, en ce qui concerne l'importation, que les données obtenues sur les prix de revient et de vente recouvrant toutes les articles fraisant l'objet de l'enquête.

Sur les 33 entreprises retenues pour l'échantillon des fabricants, 25 appartiennent à l'industrie du vêtement, six à celle de la chaussure et deux à la fabrication de tissus à la pièce. Sur les 25 fabricants de tissus de vêtements de laissenus de vêtements pour hommes et 12 des fournisseurs de chaussures qui fabriquent des chaussures comprennent des femmes pour dames. L'échantillon des chaussures vétéraines pour dames. L'échantillon des chaussures compétentes pour hommes plus importants fournisseurs de chaussures sont deux autres détaillants. Les deux autres détaillants fournissent pour hommes spécialement dans la chaussure pour dames, ont été retenues pour mieux équilibrer l'échantillon des chaussures.

précisions sur les prix d'achat et de vente de chaque article avant et après la suppression de la taxe. Pour ce faire, on les inviterait à choisir dans chaque cas le modèle qui se vendrait le plus. On demandera aux magasins de détailler qu'il vendait 15 articles, inclus dans l'étude, de remplir une feuille de réponses que chaque article vendu et de s'assurer que les réponses pour chaque détailleuse des formules dans leur ensemble recouvrent toutes les demandes des fabricantes au Canada, importées et de marges privées. D'autre part, il faudrait démander aux magasins de détailler qu'il vendent 15 articles ou moins de certains fabricants pour un modèle fabriqué au Canada, un modèle formulé séparées pour un modèle fabriqué au Canada, un modèle formulé et un modèle fabriqué au Canada, un modèle de détail qu'il vendent 15 articles ou moins de certains fabricants de marges privées.

Dans le questionnaire utile pour l'enquête au détail, on demandait aux entreprises des renseignements généraux sur leur politique de prix de vente, sur les prix de vente et la suppression de la taxe de vente, sur les réductions des prix, sur leur demande d'ajustement des prix de vente, sur les variations de prix de vente et sur les détails de la vente.

Trente articles de vêtements et chaussures ont été retenus aux fins de l'enquête, en fonction de leur pondération dans l'indice des prix à la consommation et leur importance dans les dépenses des consommateurs canadiens. Les 30 articles se présentent ainsi : 10 articles de vêtements pour hommes, 13 de vêtements pour femmes et 5 de chaussures pour hommes et femmes. Ces deux autres articles sont des tissus à la pièce auxquels la suppression de la taxe de vente s'applique également. Une liste complète des 30 articles de vêtements et chaussures faites faire partie de l'enquête figure à l'annexe III.

Le chiffre indiqué pour Montréal et Toronto reflète la concentration des sièges sociaux des grands organismes de ventes au détail dans deux centres. Le personnel du siège social a rempli les questions de l'enquête et participe aux réunions, mais dans plusieurs cas, les renseignements fournis sur les magasins de détail sont tirés d'autres sources. Cette technique devrait assurer un meilleur équilibre géographique.

| | |
|-----------|----|
| Vancouver | 16 |
| Edmonton | 11 |
| Regina | 10 |
| Winnipeg | 14 |
| Toronto | 28 |
| Montreal | 22 |
| Halifax | 12 |

La répartition géographique des détaillants participants à l'enquête est la suivante :

Par contre, l'activité des 44 autres entreprises se limite à un seul point de vente au détail. L'ensemble des ventes de tous les participants à l'enquête au niveau détaillé repose sur la base d'un seul point de vente au détail. Les ventes de certains participants à l'enquête total des ventes de véhicules sont faites par le biais d'agences de vente au Canada.

1. Echantillon de détail comprend les principaux grands magasins du Canada ainsi que la plupart des chaînes de vêtements et chaussures à succursales multiples. Bon nombre de ces entreprises sont des points de vente au détail dans tout le Canada. Sur les 113 entreprises de l'échantillon, 38 (le tiers) étaient soit des grands magasins soit des magasins nantiers ou régionaux à succursales multiples. En 1973, Les ventes de ces grands détaillants constiuaient 34 p. cent de l'ensemble des ventes de détail dans le pays. En 1973, Les deux femmes et de chaussures) sont considérées comme des magasins de détail autres, 31 entreprises (représentant un nombre presque égal sur les 75 autres, 31 autres au centre dans le centre de deux autres soit au moins deux fois plus que les détaillants de vêtements d'hommes, de vêtements de femmes et de chaussures) sont mesuré où elles ont au moins deux fois plus de chiffre d'affaires que les détaillants de vêtements d'hommes, de vêtements de femmes et de chaussures.

On a connu l'écchantillon de détail pour qui soit représentatif du commerce de vêtements et chaussures au Canada en ce qu'il traite à l'importance de l'entrepreneuse, à une spécialisation commerciale et à l'importance de l'entrepreneur, à des moyens détallants, ainsi qu'à grands magasins et les magasins nationaux à succursales multiples établie entre-
L'écchantillon vise à un certain équipement détallant-
L'entrepreneur détallant pour hommes, de détailleurs de chaussures
L'entrepreneur détallant au sein du comité de chaussures
Les propriétaires d'ateliers de chaussures dans un nombre représentatif d'entrepreneuses de détail situées dans les provinces centrales du pays, ou à l'inchal-
Toronto, Montréal, Edmonton et Vancouver.

L'engouement porté à l'importation de marchandises et les importations de marchandises sont en effet très élevées. Chacun a été invité à faire connaître ses pratiques d'importation. Les services des douanes ont été sollicités pour donner des informations détaillées sur les pratiques d'importation. Les résultats sont arrivés le 16 juillet. A cette fin, les services des douanes ont été sollicités pour donner des informations détaillées sur les pratiques d'importation. Les résultats sont arrivés le 16 juillet.

Une hausse très marquée semble avoir également touché les cotations unitaires de matin-déouvrage au niveau du détail. Par exemple, dans les magasins de vêtements et de chaussures, le taux d'augmentation annuel des cotations unitaires de matin-déouvrage est évalué à 30,2 p. cent pour le troisième trimestre de 1974.

Outre le coût accru des matières, les industries vétéraines ont également connu une augmentation et de la main-d'œuvre depuis un peu plus d'un an. Cela du fait de l'augmentation constante des salaires minimum recoumune par les provinces et à la hausse du salaire minimum moyen dans les collectivités et aux agencemantations de salaires pratiqués par les conventions collectives. Les principales conventions signées cette année, pour deux ans, par l'industrie du vêtement et de la chaussure pour hommes, ont augmenté de 17 p. cent le taux de salaire de base pour la première année et de 15 à 16 p. cent pour la seconde. De plus, l'augmentation moyenne du salaire minimum en 1974 se monte à 18,1 p. cent au Québec, 15,1 p. cent en Ontario et 13,4 p. cent au Manitoba.

Couverts de main-d'œuvre

produits de la filature. Néanmoins, les prix des tissus de laine ont continué d'augmenter pendant cette période, bien qu'à la fin de l'année 1974, une baisse sensible des prix s'est fait sentir pour les matières premières utilisées par les tanneries pour la fabrication des produits de cuir. En dépit de cette baisse, le prix du cuir a toutefois continué à augmenter. Le taux de cette hausse s'est chiffré à 4,6 p. cent pour le troisième trimestre de 1974. Malgré la baisse des prix des matières premières et la baisse des produits des industries manufacturières (13,3 p. cent pour effet d'augmentation très marquée au niveau du marché des produits vendus dans le troisième trimestre), ce qui a eu pour effet d'augmenter régulièrement les prix des chaussures au niveau du marché des produits vendus dans le troisième trimestre.

Les dernières augmentations des prix des textiles synthétiques et d'autres matières figurant dans l'annexe III.

Les matières utilisées dans l'industrie du vêtement sont en majorité partiellement synthétiques. Or, en raison de l'augmentation des prix des denrées du secteur, ceux des fibres synthétiques ont connu depuis le début de 1973 une hausse vertigineuse. Le taux d'augmentation annuel est passé de 1,5 p. cent, pour le premier trimestre de 1973, à 17,2 p. cent pour le deuxième trimestre de 1974. Le cotton, autre matière trés importante, a aussi augmenté. Malgré le déchissement des prix au cours des deux dernières années, les produits fabriqués en coton ont vu leurs prix augmenter de 32,1 p. cent par rapport à l'an dernier. La seule matière importante dont les prix à la base est la laine crue, ce qui s'est répercuté sur les autres matières premières. La seule matière importante dont les prix à la base est la laine crue, ce qui s'est répercuté sur les autres matières premières.

Prix des matières

Dépôts que l'industrie annexe, la hausse des cotés est 1, un deuxième facteur influant sur l'offre d'articles vestimentaires. Les prix des matières ont sensiblement augmenté depuis la seconde moitié de 1972 et les frais de main-d'œuvre, depuis le milieu de 1973. La répercussion de ces augmentations sur la structure salariale des fabrications et les détaillants, selon la structure du prix de revient de chacun. Ces différences de structure sont exposées dans l'Annexe I. D'après les dommages au recensement de 1972, au niveau du fabriquant, les prix des matières représentent 50 à 60 p. cent de la valeur ajoutée de détailleur, le coût des marchandises s'élève à quelque 60 p. cent, de la valeur des ventes au détail. La main-d'œuvre varie entre 10 et 20 p. cent. Le résumé suivant indique les frais auxquels a été faite face l'industrie, l'année dernière.

Prix de révélent

Au niveau de détail, les magasins de spécialités pour hommes et pour dames comparent pour environ un tiers du total des ventes en 1973. Ces sont les grands magasins ou à prix populaires qui ont la plus grosse part du marché, soit les deux tières restantes. Les grands magasins, dont les ventes de vêtements et de chaussures atteignaient 36 p. cent du total des ventes en 1973, ont joué un rôle prédominant sur le marché.

La fabrivation des vêtements et des chaussures suppose un grand nombre d'entreprises. Leur taille moyenne est plutôt modeste, la grande majorité ayant moins de 50 employés. Dans certaines domaines de la chaussure, notamment dans les secteurs d'importation et d'exportation, certains groupes ont d'importantes activités, mais leur nombre dépendant du caractère industriel de la fabrivation. La spécialisation dans le vêtement indépendant n'est pas très considérable, que ce soit dans le vêtement ou dans la chaussure. La spécialisation du produit de la fabrivation des vêtements, c'est par contre l'extrême spécialisation dans les vêtements pour hommes et pour dames. Au sein de chaque groupe, une entente très étroite existe entre les fabricants de chaussures et les fabricants de vêtements pour dames. Au sein de chaque groupe, une entente très étroite existe entre les fabricants de chaussures et les fabricants de vêtements pour hommes et pour dames. Les vêtements sont fabriqués dans deux types de structures : les grands bâtiments et les petits ateliers. Les grands bâtiments sont généralement situés dans les zones industrielles, tandis que les petits ateliers sont souvent installés dans les zones résidentielles. Les grands bâtiments sont généralement situés dans les zones industrielles, tandis que les petits ateliers sont souvent installés dans les zones résidentielles.

Les dépenses du consommateur et les niveaux d'emploi dans le commerce des marchandises pour l'évaluation de l'import-export canadien en 1973 sont données de statistique canadienne, Les consommations ont dépassé en 1973 quelque \$5,7 milliards en vêtements et chaussures. Ces dernières ont dépassé en 1973 quelque \$8,2 p. cent des dépenses totales de consommation. En mai 1974, la fabrication des textiles, vêtements et chaussures et la vente au détail de ces articles occupaient quelque 410,000 Canadiens. Ce chiffre représente environ 4,5 p. cent des ventes au détail, 80,1 p. cent des emplois au Canada. Sur le total des fabriquants du pays, tandis que les autres 19,9 p. cent proviennent des fabricants de 1, importation. Les ventes de vêtements à elles seules totalisaient \$4,8 milliards et celles des chaussures, \$900 millions. Les importations représentaient 18,3 p. cent des ventes de vêtements et 28,7 p. cent de celles de chaussures.

La partie de l'étude consacrée à la structure de l'industrie et au comportement des prix devrait permettre de déceler toute pression sur le prix de revient pouvant influencer sur la fagon dont l'industrie réagit à la suppression de la taxe de vente. Il a donc fallu effectuer un examen des prix de vente de l'industrie et des coûts de la production pour les matières et la main-d'œuvre.

L'étude compare l'examen et l'analyse de la structure nivéau de la vente au détail, de la fabrication et de l'importation et une analyse de l'industrie et du commerce des prix à la consommation.

Nature de l'étude

Le taux de l'impôt sur les bénéfices et les gains de la vente de biens et services est fixé à 35% pour les personnes physiques et 33% pour les personnes morales. Cependant, il existe des déductions et des crédits fiscaux qui peuvent réduire ce taux. Par exemple, les dépenses d'investissement dans l'immobilier sont déductibles jusqu'à 100% de l'impôt. De plus, les dépenses d'entretien et de réparation des biens sont déductibles jusqu'à 10% de l'impôt.

Une brève description de la nature de l'étude entreprise par le ministère pour répondre à cette demande figure ci-dessous.

Dans le discours du budget, le ministre des Finances a déclaré que le gouvernement prévoyait que la suppression de la taxe de vente sur les denrées et les services entraînerait une baisse des dépenses du budget, mais il n'a pas précisé combien. Le ministre a également indiqué que la suppression de la taxe de vente sur les denrées et les services entraînerait une baisse des dépenses du budget, mais il n'a pas précisé combien.

Le mandat du ministre de la consommation et des corporations

Pour ce qui est des fabricants de vêtements, la taxe de 12 p. cent établit prélevé sur les prix de vente du fabrificant au grossiste. Pour les ventes directes de vêtements aux détaillants, le prix de vente ordinaire servait de base aux calculs. Le taux de la taxe pouvait être diminué de 10 p. cent. La taxe réglée de la taxe sur le prix de vente ordinaire du fabrificant était alors de 10,8 p. cent.

La suppression de la taxe de vente fédérale sur les ventes et les minis-
tères des Finances a annoncé par la suite la
suppression pour le 16 juillet 1974.
Les chaussures portent une taxe de vente fédérale sur les ventes et les minis-
tères des Finances, ainsi qu'aux employés dans la confection
canadienne. La taxe de vente sur les ventes et les chaussures
pour enfants n'existe plus depuis février 1973, la décision
prise le 16 juillet a eu pour effet de supprimer la taxe de
vente fédérale de 12 p. cent sur tous les ventes et
chaussures vendus au Canada.

Dans le discours du budget du 6 mai 1974, le ministre des Finances, l'honorable John N. Turner, a fait part de l'intention du gouvernement de supprimer la taxe de vente fédérale de 12¢ sur les ventes au détail et chasser les tentatives de tentation du gouvernement de déclencher une récession générale. Après sa réélection, le gouvernement a été mesure. Après sa réélection, le gouvernement a été certainement suivi d'une proposition.

SUPPRESSION DE LA TAXE DE VENTE FEDERALE SUR
LES VETEMENTS ET CHAUSSURES :
INCIDENCE SUR LES PRIX

La taxe en payant des prix plus bas que si elle n'avait pas eu d'articles de vêtements et chaussures et plusieurs augmentations lîeu. Il y eut des réductions de prix sur un certain nombre de prix qui se seraient avérées inévitables furent ainsi évitées.

De façon générale, les consommations ont bénéficié de la détaxe en payant des prix plus bas que si elle n'avait pas eu de ces articles n'a été que la moitié de celle d'augmentation des prix le quatrième trimestre de 1974, le taux d'augmentation des prix 1974. Cette amélioration est attestée par le fait que durant 1974, il y a eu une grande amélioration dans le mouvement des prix des vêtements et chaussures taxes, au quatrième trimestre de décembre qu'il y a eu une forte amélioration dans les articles portant à la fois sur des articles taxes et sur des articles détaxés,

L'analyse des prix à la consommation, qui porte à la détail, sur les premières réactions des détaillants à la suppression de la taxe sur les vêtements et chaussures, révèle que la taxe de détail des articles fut en partie contrebalancée par une augmentation des prix de gros de ces articles et par le lent écoulement de marchandises dont la taxe avait déjà été payée.

Ensuite au niveau du détail, qui porte sur les premières réactions des détaillants à la suppression de la taxe sur les vêtements et chaussures, une augmentation des prix d'importateurs, ainsi qu'une analyse de l'indice des prix à la consommation.

L'étude compare un examen des récentes augmentations de coûts influant sur les prix des vêtements et chaussures, une et d'importateurs, un certain nombre de détaillants, de fabricants engagée depuis la suppression de la taxe sur les vêtements et chaussures, une augmentation des prix sur les vêtements et chaussures de la taxe sur les vêtements et chaussures, qui a été effectuée le 16 juillet 1974.

La grande conclusion qui se dégage de l'étude du Mnts-taxe, décrite dans ce rapport, est que les consommations ont bénéficié de manière appréciable de la suppression de la taxe de vente fedérale sur les vêtements et chaussures, qui a été effectuée le 16 juillet 1974.

| Numéro | Titre | Page |
|---------|--|------|
| TABLEAU | | |
| 1 | Pourcentage moyen de changement des coûts, | 22 |
| 2 | Distribution par mois des réductions de prix | 23 |
| 3 | Facteurs contribuant au changement du prix de détail | 30 |
| 4 | Comparaison entre L'IPC pour les articles touchés par la taxe et divers indicateurs | 34 |
| 5 | Indicateurs des prix à la consommation des vétérans touchés par la taxe | 36 |
| I | Structure des coûts pour quelques produits vestimentaires : fabricants et détaillants | 42 |
| II | Changements récents de quelques prix industrielles et estimation des coûts unitaires de main-d'œuvre | 48 |
| III | Articles vestimentaires faisant l'objet de l'enquête | 54 |

| <u>Page</u> | |
|-------------|---|
| 1 | I, Indice des prix à la consommation |
| 33 | II, Indice des prix à la consommation |
| 33 | Changements de prix des vêtements et chaussures touchés par la taxe |
| 37 | Li, Enquête au niveau de détaille et l'IPC |
| 39 | Résumé et conclusions |
| 41 | Remerciements |

| | | |
|------|--|---|
| Page | Résumé des principales conclusions | 1 |
| 2 | Introduction | |
| 2 | Application de la taxe de vente fédérale | |
| 3 | Mandat du ministère de la Consommation et des corporations | |
| 3 | Nature de l'étude | |
| 5 | Structure de l'industrie et comportement des prix | |
| 6 | Comportement des prix | |
| 6 | Prix des matières | |
| 7 | Coûts de main-d'œuvre | |
| 9 | L'Enquête | |
| 14 | Enquête au niveau du détail | |
| 14 | Résultat de l'enquête | |
| 15 | Méthodes d'établissement des prix | |
| 18 | Facteurs influant sur la réaction à la suppression de la taxe de vente | |
| 20 | Résultats quantitatifs | |
| 24 | Enquête au niveau des fabricants et des importateurs | |
| 24 | Résultat de l'enquête | |
| 24 | Méthodes d'établissement des prix | |
| 26 | Majorations de prix par les fournisseurs | |
| 27 | Politique des prix après le 16 juillet | |
| 29 | Evaluation des résultats de l'enquête | |

GROUPE D'ÉTUDE DES PRIX

D'etaxe
sur les vêtements
et les souliers

Effets sur les prix



Consommation et Corporations
Consumer and Corporate Affairs

GROUPE D'ÉTUDE DES PRIX

D'effets sur les prix
sur les vêtements
et les souliers
